



eISSN 2311-2468
Том 8, № 9. 2020
Vol. 8, no. 9. 2020

электронное периодическое издание
для студентов и аспирантов

Огарёв-онлайн Ogarev-online

<https://journal.mrsu.ru>



БАБОШКИНА Т. В., ДОЛГАЕВА Е. И.
ИННОВАЦИИ И ЖЕЛАЕМОЕ БУДУЩЕЕ
В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЁЖИ

Аннотация. На основе результатов социологического онлайн-опроса рассматривается мнение российской молодёжи о будущем в контексте технологического развития общества. Анализируются восприятие инноваций, представления о занятости и профессии, свободном времени и личностном развитии, месте и стране проживания через тридцать лет.

Ключевые слова: инновации, молодежь, образ будущего, общественное развитие, представления, технологии.

BABOSHKINA T. V., DOLGAEVA E. I.
INNOVATIONS AND DESIRED FUTURE:
VISION OF RUSSIAN YOUTH

Abstract. Considering the results of an online sociological survey, the opinions of Russian youth about the future are studied in the context of society technological development. The authors analyze the attitudes of Russian young people to innovations and their vision of employment, professions, free time, personal development, place and country of residence in thirty years from now.

Keywords: innovations, youth, vision of the future, social development, ideas, technologies.

Научно-технический прогресс и внедрение инноваций оказывают существенное влияние на процесс общественного развития. В XXI веке скорость подобных перемен увеличивается, становясь все более важным фактором социального самочувствия индивидов, восприятия ими прошлого, настоящего и будущего. В связи с этим актуален анализ представлений о будущем, сложившихся в общественном сознании под влиянием нововведений.

Инновацией (новшеством, нововведением) обычно называют процесс изменения, связанный с созданием, признанием или внедрением новых элементов (или моделей) материальной и нематериальной культур в определённую социальную систему [6].

Проблема инновационного развития общества и его технологических преобразований остаётся актуальной для ученых уже нескольких поколений. Так, отечественный экономист Н. Д. Кондратьев связывал циклическое развитие новых технологий и изменение общества: этапы общественного развития циклично сменяют друг друга в среднем каждые 50 лет, что влечёт за собой реализацию и введение в оборот модернизирующих социально-экономических новшеств все более высокого порядка [5]. Одним из первых тему

инновационного развития общества затронул Й. А. Шумпетер в своей работе «Теория экономического развития. Капитализм, социализм, демократия» [8]. Этот труд заложил фундамент классической теории инноваций, в соответствии с которой, именно благодаря инновациям возможно непрерывное изменение и развитие экономики. В концепции Д. Белла постиндустриальное общество предстает в качестве некоторого идеального типа, реализация которого на практике возможна, благодаря инновациям в общественной жизни [1]. Э. Тоффлер в своих работах обуславливает переход общества к более высоким этапам развития технологическими революциями; в своих трудах он наглядно продемонстрировал результаты технологических изменений и инновационных решений в различных областях жизни [7].

Несмотря на различия в понимании признаков, этапов и типологии инновационных процессов, общим для большинства исследователей является положение об органичной включенности инноваций в общественную жизнь. Нововведения, внедряемые сегодня, во многом определяют не только сугубо технологические, но и социальные характеристики будущего. На этом акцентируют внимание многие современные отечественные социологи. Так, Н. И. Лапин [4], Ю. А. Карпова [3] рассматривают инновационную деятельность социальных субъектов как фактор развития общества. Результаты социологических опросов фиксируют доминирование в российском социуме технооптимистов, поддерживающих внедрение инноваций [2]. В связи с этим особый интерес в качестве объекта исследования представляет молодёжь, как основной агент социальных изменений, воспринимающий перемены как естественное свойство окружающего мира.

В январе-марте 2020 г. для определения представлений современной российской молодёжи о будущем в контексте внедрения инновационных технологий проведён анкетный онлайн-опрос «Желаемое будущее и инновации в представлениях российской молодёжи». Опрошено 353 жителя России из 57 субъектов Российской Федерации. Выборка стихийная, не ограниченная, не претендующая на репрезентативность, однако позволяющая проверить гипотезу о преимущественно позитивном характере ожиданий респондентов по отношению к будущему.

В результате мы пришли к следующим выводам.

Восприятие инноваций. Около половины респондентов (47%) ощущают на себе только положительное влияние инноваций, столько же – поровну положительного и отрицательного. Позитивное воздействие новых технологий они связывают, в первую очередь, с повышением уровня бытового комфорта, сокращением разделяющих людей расстояний, с ростом разнообразия досуговых практик, а также с появлением неизвестных ранее благ (см. рис. 1).



Рис. 1. Положительное воздействие новых технологий, %.

Вместе с тем, отношение респондентов к инновациям трудно назвать восторженным. Основные опасения молодых людей связаны с появлением наряду с позитивными переменами новых опасностей и преступлений, информационной изоляцией старшего поколения и постоянным стрессом, в котором пребывают люди (см. рис. 2).



Рис. 2. Отрицательное воздействие новых технологий, %.

Глобализация воспринимается респондентами достаточно взвешенно. Например, стирание культурных и этнических границ между странами в качестве позитивного явления отмечалось почти в два раза чаще (21 %), чем в качестве негативного (12 %). Вместе с тем, почти 40% назвали среди отрицательных результатов внедрения новых технологий утрату традиций и обычаев, доставшихся от старших поколений (см. рис. 2). Этот факт позволяет предполагать достаточно широкое распространение в молодежной среде консервативных убеждений.

Важен еще один аспект, подчеркивающий особенности мировоззрения молодых людей. По отношению к новым медицинским технологиям наибольшее неодобрение (голосов «против» больше, чем «за») вызвали инновации, внедрение которых может привести к острым этическим и нравственным противоречиям в обществе (мужская беременность, планирование пола и других параметров будущего ребёнка). Вместе с тем самой одобряемой медицинской инновацией оказалось выращивание органов человека для операций по пересадке (96%) – наиболее нейтральная в этическом плане и полезная для многих пациентов медицинская инновация.

Занятость и профессия. Считается, что наибольшие изменения в сфере занятости в будущем вызовет повсеместная роботизация. Отношение респондентов к этому процессу скорее осторожное: около половины (48%) выбрали вариант «скорее положительно» и 15% - «скорее отрицательно». Чаще всего отмечались следующие опасения: вытеснение с рынка труда людей (72%), сомнения в способности роботов заменить человека везде (59%), страх перед возможностью использования роботов в преступных целях (40%).

Тема конкуренции людей и роботов на рынке труда особенно актуальна в связи со стремлением абсолютного большинства респондентов работать, даже если в будущем государство обеспечит каждого гражданина финансовыми средствами, достаточными для удовлетворения всех возможных потребностей. Две трети опрошенных (68%) все равно хотели бы трудиться не полный рабочий день, а примерно пятая часть (19%) предпочитают быть занятыми весь трудовой день.

Самыми востребованными в будущем профессиональными сферами молодые люди назвали медицину (60%), программирование (42%), образование (37%) и искусство (33%). Реже всего упоминались архитектура (6%), маркетинг (7%) и дизайн (9%). Типичными формами труда, по мнению респондентов, окажутся самозанятость на дому (45%) и наемная работа в офисе (38%), причем большинство трудящихся (60%) будут работать посредством Интернета.

Свободное время и личностное развитие. Участникам опроса задавались также проективные вопросы о том, как они поведут себя в будущем, например, через 30 лет, когда,

скорее всего, у людей будет гораздо больше свободного времени и финансовых возможностей, чем сегодня. В частности, авторов интересовало, каким образом респонденты распорядятся свободным временем. Оказалось, что респонденты тратили бы его, в первую очередь, на семью (37%), на втором месте – получение новых знаний, умений и навыков (30%), на третьем – новые виды досуга (24%).

Мотив освоения окружающего мира, стремления к новым знаниям, и, в конечном итоге, к личностному развитию прослеживается в ответах на несколько вопросов. Так, самым популярным из видов досуга стали путешествия (87%). Достаточно часто отмечались такие виды проведения свободного времени как изучение иностранных языков (39%) и чтение (38%). Практически все желают продолжать обучение в будущем самыми разными способами: от тренингов в отдельных профессиональных сферах (30%) до самообразования (22%), обучения в вузах и колледжах (21%), профессиональной переподготовки (18%). Причем традиционную форму обучения предпочитают в два раза больше опрошенных (62%), чем онлайн-образование (29%). В ответах на открытый вопрос о содержании знаний, умений и навыков, которые хотели бы получить респонденты в будущем, чаще всего упоминались иностранные языки (22%), сфера программирования и IT-технологий (18%), а также разные виды творчества (12%).

Место жительства. Судя по ответам респондентов, господствующие на протяжении столетий процессы урбанизации в будущем должны, по меньшей мере, замедлиться. Всего 36% опрошенных сделали свой выбор в пользу проживания в крупных городах или мегаполисах, остальные (в сумме их большинство) предпочли небольшие уютные городки (30%), пригородную зону (18%) и сельскую местность (11%). Прежде всего, это объясняется распространением практик удаленной занятости и работы через Интернет, которые в будущем сделают место нахождения работника не принципиальным.

Вместе с тем, около половины респондентов (47%) затруднились ответить на вопрос о стране, в которой будут жить через тридцать лет (Россию выбрали 35%, другую страну – 18%). Основными причинами выбора не в пользу нашей страны являются два аргумента: представление о том, что в России в 2050 г. жизнь будет тяжелее, чем в других странах (39%) и желание пожить где-то еще (34%). Возможно, не последнюю роль в формировании таких планов сыграла также преимущественно скептическая оценка места России в мире по развитию и внедрению новых технологий, технологий будущего (см. рис. 3).



Рис. 3. Распределение ответов на вопрос «В целом, современная Россия в развитии и внедрении новых технологий (технологий будущего) опережает самые развитые страны мира или отстает от них?», %.

Таким образом, наша гипотеза подтвердилась частично. Респонденты действительно воспринимают будущее в целом оптимистично, однако осознают и негативные стороны инноваций. К последним относятся, в первую очередь, новые угрозы безопасности, «технологическая изоляция» старшего поколения, утрата обычаев и традиций прошлого и постоянный стресс, переживаемый индивидами. Отдельные наиболее революционные технологии, чреватые неоднозначными этическими последствиями или слишком резкими изменениями привычных практик обыденной жизни воспринимаются скорее негативно.

Основным трендом в представлениях респондентов об образе жизни в условиях высокотехнологичного будущего является направленность на личностное развитие. В условиях решения финансовых проблем и существенного увеличения свободного времени респонденты видят себя через тридцать лет работающими, получающими новые знания, умения и навыки, путешествующими, познающими мир новыми способами.

Вместе с тем, имея довольно детальные представления об отдельных элементах своего личного будущего (семья, работа, досуг, место жительства и др.), значительная часть молодых людей не смогла определить страну, в которой окажется через тридцать лет. На наш взгляд, это свидетельствует не столько об узком горизонте планирования, свойственном представителям молодого поколения, сколько о неопределенности, размытости образа будущего России в отечественном общественном сознании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. – М.: Academia, 2004. – 944 с.
2. Искусственный интеллект: угроза или возможность? [Электронный ресурс] // ВЦИОМ – 2020. – Аналитический обзор. – Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10132> (дата обращения 24.05.2020).
3. Карпова Ю. А. Введение в социологию инноватики: учеб. пособие. – СПб.: Питер, 2004. – 192 с.
4. Лапин Н. И. Теория и практика инноватики: учеб. пособие. – М.: Университетская книга; Логос, 2008. – 328 с.
5. Мешков А. А. Основные направления исследования инновации в американской социологии // Социологические исследования. – 1996. – № 5. – С. 117–128.
6. Социологический энциклопедический словарь. На русском, английском, немецком, французском и чешском языках / ред.-координатор В. Осипов. – М.: ИНФРА-М – НОРМА, 1998. – 488 с.
7. Тоффлер Э. Будущее труда. Интервью [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. – 09.11.2006. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/library/articles/2502> (дата обращения 28.01.2020).
8. Шумпетер Й. А. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Экономика, 1995. – 540 с.

ПАРОТЬКИНА В. О.

**САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ МОСКОВСКИХ СТУДЕНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ
СЕТЯХ «ВКОНТАКТЕ» И «FACEBOOK»: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ**

Аннотация. Самопрезентация в социальных сетях представляет собой достаточно молодое и динамично развивающееся явление, которое будет со временем иметь все большее распространение, примет определенные организационно-структурные формы и будет оказывать влияние на жизнь индивидуума. Данная статья содержит результаты проведенного социологического исследования, посвященного изучению самопрезентации московских студентов в социальных сетях «ВКонтакте» и «Facebook».

Ключевые слова: самопрезентация, социальная сеть, капитал, московские студенты, ВКонтакте, Facebook.

PAROTKINA V. O.

**SELF-PRESENTATION OF MOSCOW STUDENTS ON SOCIAL NETWORKS OF
VKONTAKTE AND FACEBOOK: A COMPARATIVE ANALYSIS**

Abstract. Self-presentation on social networks is a fairly young and dynamically developing phenomenon, which will become more widespread over time, take certain organizational and structural forms and is highly likely to have an impact on the lives of individuals. This article provides the results of a sociological research of Moscow students' self-presentation on the social networks of VKontakte and Facebook.

Keywords: self-presentation, social networks, capital, Moscow students, VKontakte, Facebook.

Проблема самопрезентации московских студентов в социальных сетях в социологии затронута недостаточно подробно. В основном данное явление изучается при помощи психологических подходов. Кроме того, само понятие «самопрезентация в социальных сетях» не имеет точного и четко сформулированного определения.

В Москве проживает довольно большое количество активных пользователей социальных сетей, особенно это касается такой социальной группы, как студенты. В настоящее время 62% россиян имеют аккаунты в социальных сетях, около половины (45%) граждан старше 18 лет пользуются ими почти каждый день [1]. Студенты являются наиболее изменчивой и перспективной частью населения, они – основа будущего страны. В настоящее время особый интерес проявляется к изучению их самопрезентации в новой виртуальной

реальности, исследователи пытаются понять, кем видит себя будущее поколение, какие у него приоритеты и ценности.

Интерес к изучению самопрезентации московских студентов в социальных сетях «ВКонтакте» и «Facebook» обусловлен тем, что вышеупомянутые социальные сети изначально были созданы для данной социальной группы и сегодня являются популярными площадками в студенческой среде.

В данной статье феномен самопрезентации был изучен с помощью объяснительной теории социального пространства французского социолога П. Бурдьё [2], а самопрезентация была определена как создание пользователем собственного образа в социальной сети при помощи различных средств, представленных в этой сети, направленное на формирование у пользователей определенного впечатления и отношения к обладателю социальной страницы.

Для получения количественных данных был проведен сравнительный контент-анализ личных страниц московских студентов в социальных сетях «ВКонтакте» и «Facebook» ($N=800$, $\Delta = 5\%$). Отбор страниц проводился на основе наиболее значимых для исследования социально-демографических признаков – пол (мужской и женский) и вуз (МГЛУ, Первый МГМУ им. И.М. Сеченова, МГТУ им. Н.Э. Баумана и МПГУ).

Самопрезентация в социальной сети ограничивается определенным набором средств самопрезентации, доступных в определенной социальной сети. Было выделено 3 сферы самопрезентации студентов: *учебно-профессиональная, культурно-досуговая и приватная*, каждая из которых включает в себя определенные набор компонентов самопрезентации.

В социальной сети «ВКонтакте» был выявлен 60 программно-предусмотренных компонентов для самопрезентации. Однако из анализа были исключены 7 из них – ник, город, страна, вуз, девичья фамилия, войсковая часть, страна (службы). Ник является обязательным для регистрации в этой социальной сети, поэтому не имеет значимости для анализа в рамках данной работы; девичья фамилия, войсковая часть и страна (службы) не характеризуют всех студентов в совокупности; показатель «страна» не отображается на странице при указании города, а город и вуз выступают критериями отбора личных страниц, поэтому также не будут анализироваться нами в ходе данной работы.

Социальная сеть «Facebook» содержит 78 структурно-предусмотренных компонентов для самопрезентации. В ходе анализа нами были исключены 4 из них – ник, город, вуз и служба в армии. В результате была составлена концептуальная модель самопрезентации московских студентов в социальных сетях «ВКонтакте» и «Facebook» (см. рис. 1).

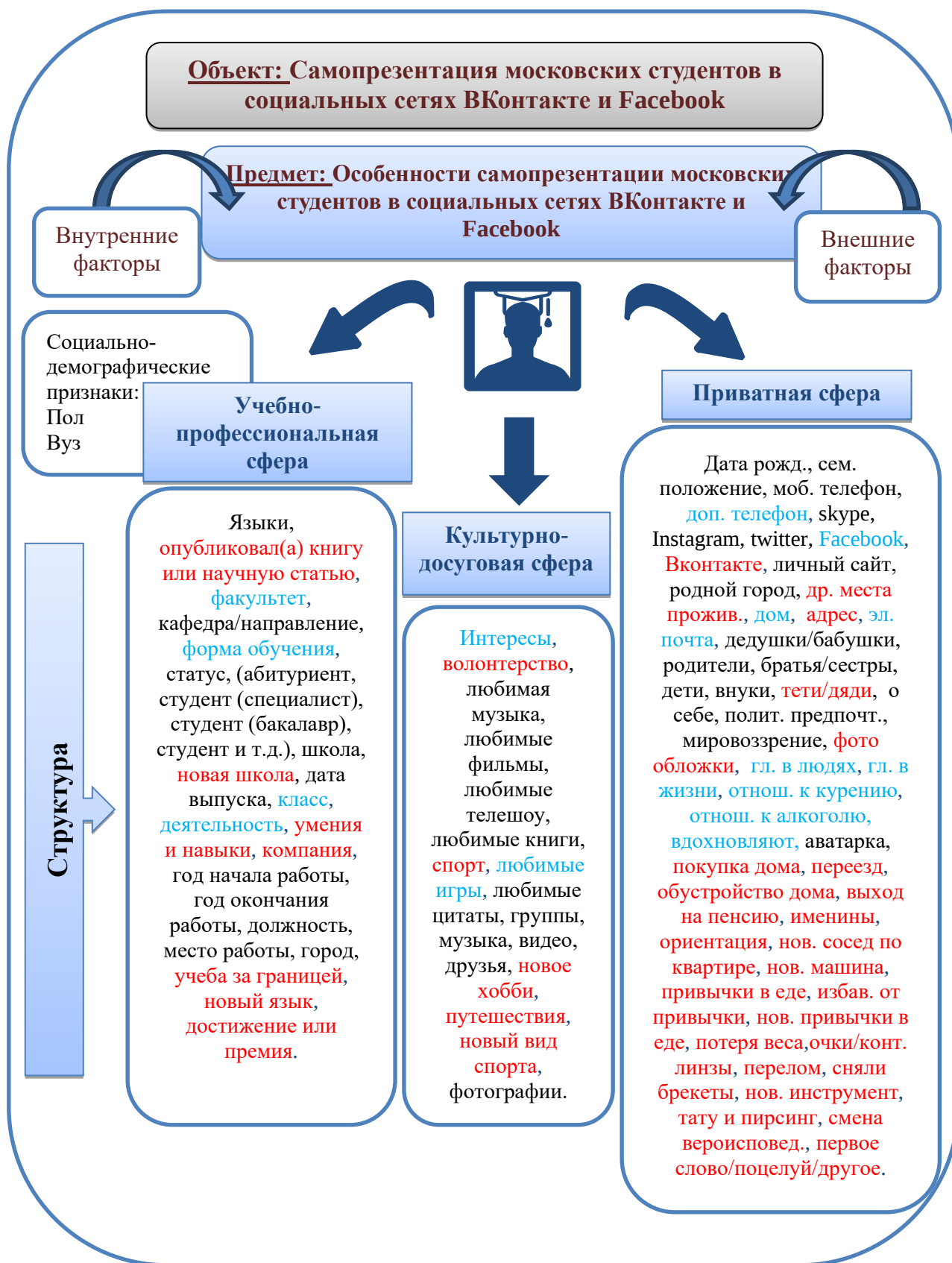


Рис. 1. Концептуальная модель самопрезентации московских студентов в социальных сетях «ВКонтакте» и «Facebook» по сферам.

Стоит отметить, что не все компоненты социальных сетей полностью совпадают. В связи с этим компоненты, которые есть в двух социальных сетях, отмечены черным цветом, те, которые есть только в «ВКонтакте» – синим, только в «Facebook» – красным.

Несмотря на схожесть компонентов двух социальных сетей, сферы самопрезентации студентов в «ВКонтакте» и в «Facebook» значительно отличаются. В социальной сети «ВКонтакте» преобладающей сферой самопрезентации студентов является приватная сфера (47%), в то время как в социальной сети «Facebook» студенты в большей степени заполняют компоненты, относящиеся к культурно-досуговой сфере (52%) (см. табл.1).

Таблица 1

**Процентное отношение средних значений компонентов по сферам
относительно среднего значения по всей выборке**

Соц. сеть \ Сфера	ВКонтакте	Facebook
Культурно-досуговая	37	52
Приватная	47	43
Учебно-профессиональная	16	5

Парадоксальным является тот факт, что студенты, чья деятельность непосредственно связана с учебно-профессиональной сферой, практически не заполняют программно-предусмотренные компоненты, связанные с данной сферой, в социальных сетях. Такая же зависимость наблюдалась и при анализе вторичных данных, полученных в ходе исследования, проведенного коллегами НИУ ВШЭ на другой социальной группе – подростках [3]. Согласно результатам исследователей НИУ ВШЭ, подростки также практически не выставляют в социальные сети информацию, связанную со школой или учебой.

Самопрезентация в социальной сети характеризуется не только количеством заполненных программно-предусмотренных компонентов, но и степенью активность пользователя. В социальных сетях активность пользователя можно замерить через частоту публикации постов или по количеству пишущих авторов за определенный период времени.

Согласно исследованию, проведенному осенью 2019 года коллегами из Brand Analytics [4], социальная сеть «ВКонтакте» лидирует среди других анализируемых социальных сетей по количеству пишущих авторов в месяц (см. рис. 2).

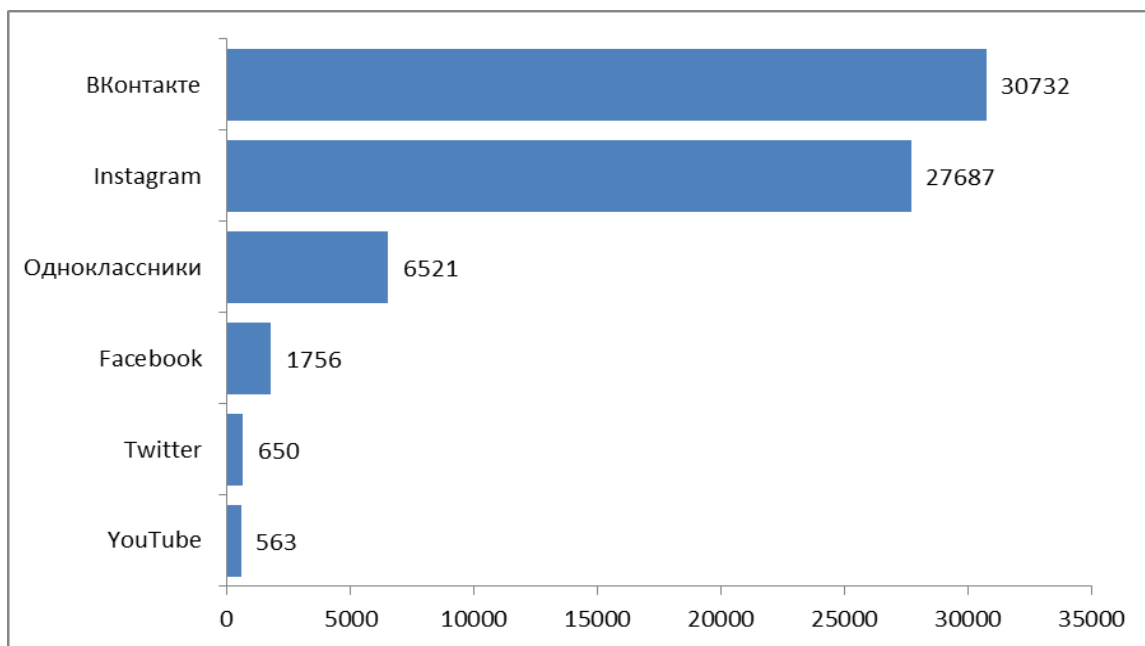


Рис. 2. Количество авторов в месяц в социальных сетях (тыс. чел.).

Однако, согласно результатам, полученным в ходе изучения активности студентов в социальных сетях, было выявлено, что в социальной сети «ВКонтакте» преобладает пассивный тип студентов – публикует записи реже, чем 1 раз в месяц (см. рис. 3).

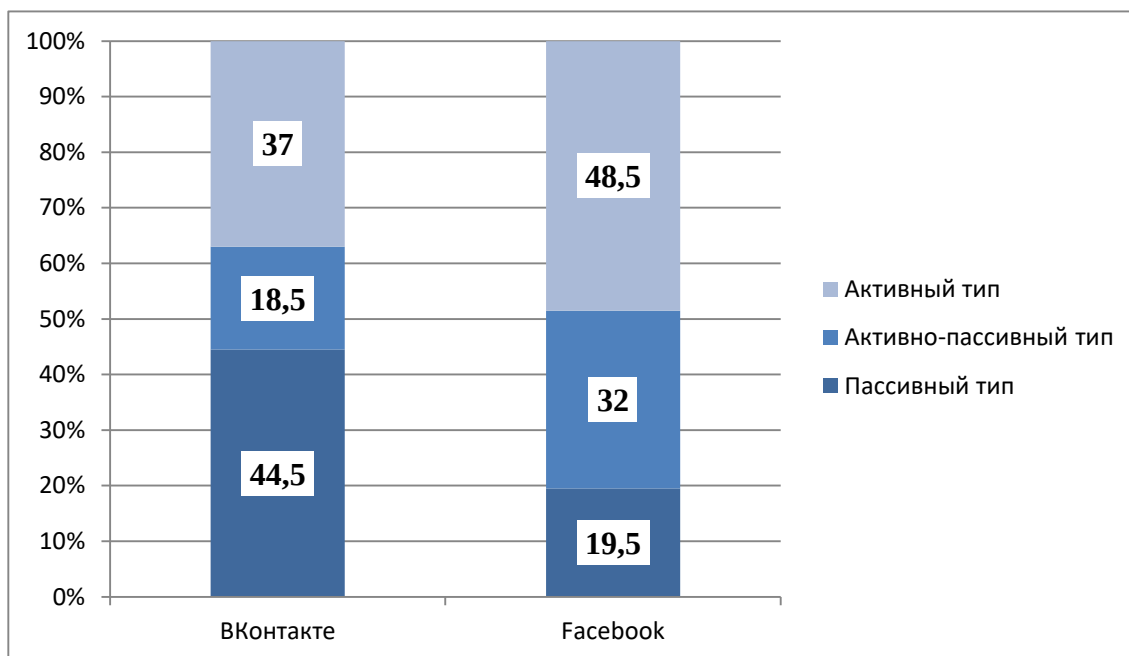


Рис. 3. Распределение пользователей социальных сетей «ВКонтакте» и «Facebook» по частоте публикации записей на стене, %.

Таким образом, основной пишущей аудиторией социальной сети «ВКонтакте» являются другие социальные группы, студенты же в большей степени относятся к пассивным пользователям этой социальной сети. Возможно, они используют «ВКонтакте» для межличностного общения. В «Facebook» студенты, напротив, самопрезентуют себя как активных пользователей социальной сети – 48,5% студентов предпочитают общаться при помощи постов.

Выводы.

1. Самопрезентация в социальной сети может быть изучена посредством анализа заполнения пользователем программно-предусмотренных компонентов социальной сети и с помощью анализа активности пользователя.
2. Самопрезентация студентов социальной сети «ВКонтакте» сосредоточена в большей степени в приватной сфере, для студентов социальной сети «Facebook» характерна самопрезентация в культурно-досуговой сфере. Самопрезентация в учебно-профессиональной сфере одинаково мало представлена в обеих анализируемых социальных сетях.
3. При сравнении активности студентов в социальных сетях «ВКонтакте» и «Facebook» было выявлено, что активность студентов в «Facebook» выше, чем в «ВКонтакте».
4. Несмотря на схожесть контента социальных сетей «ВКонтакте» и «Facebook», самопрезентация московских студентов в них имеет значительные различия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Онлайн-практики россиян: социальные сети [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fom.ru/SMI-i-internet/12495> (дата обращения 09.03.2020).
2. Бурдые П. Социология социального пространства / пер. с франц.; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. – М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. – 288 с.
3. Портрет в профиль: что рассказывают о подростках их подписки во «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iq.hse.ru/news/208391981.html> (дата обращения 09.03.2020).
4. Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2019/> (дата обращения 09.03.2020).

ТИМАКОВА Ю. В.

**СОЦИАЛЬНЫЕ ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ ОБУЧЕНИЯ
В ВУЗЕ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ
НА ПРИМЕРЕ МГЛУ И ТУРИНСКОГО УНИВЕРСИТЕТА**

Аннотация. Социальные ожидания студентов взаимосвязаны с мотивацией, а она, в свою очередь, является важнейшим элементом управления образовательным процессом. Поэтому, опираясь на ожидания студента, можно внести изменения в план учебного процесса для повышения его качества в интересах самих студентов. Данная статья содержит результаты проведенного социологического исследования, посвященного изучению содержания и особенностей социальных ожиданий студентов от обучения в вузе.

Ключевые слова: обучение в вузе, социальные ожидания, студенты, МГЛУ, Туринский университет.

TIMAKOVA Y.V.

**SOCIAL EXPECTATIONS OF UNIVERSITY STUDENTS:
A COMPARATIVE SOCIOLOGICAL ANALYSIS**

OF MOSCOW STATE LINGUISTIC UNIVERSITY AND UNIVERSITY OF TURIN

Abstract. Social expectations of university students are tied to their motivation as an important element of the learning process. Considering the student expectations, changes to the curriculum may be introduced in order to improve its quality for the benefit of the student. This article provides the results of a sociological research of the content and features of social expectations of university students of the learning process.

Keywords: studying at university, social expectations, students, MSLU, UNITO.

Социальные ожидания являются значимым аспектом в оценке обучения студента, в первую очередь. На основании теории экспектаций В. Врума [1] можно говорить о том, что именно такую социологическую категорию необходимо изучить, потому что именно социальные ожидания связаны с мотивацией, а она, в свою очередь, является важнейшим элементом управления образовательным процессом. Опираясь на ожидания студента, вуз может построить учебный процесс в нужном направлении, ориентированном на потребности студентов касательно обучения.

Необходимо помнить о том, студенчество является частью современного общества, которое является быстро изменяемой субстанцией, измерить которую достаточно сложно. Например, французский социолог Ж. Бодрийяр говорит о том, что происходит замена

существующей реальности искусственной, виртуальной, иными словами, гиперреальностью [2].

Несмотря на то, что Ж. Бодрийяр описывал этот феномен еще в XX в., можно использовать данную теорию в современном контексте. В настоящее время в связи с развитием технологий «виртуальная реальность» определяет в целом жизнь общества.

Современное общество уходит от реальности и ищет «утешения» в Интернете – искусственно созданной реальности – гиперреальности. Равно как и обучение перешло в гиперреальность, а именно использование электронной почты, электронный формат учебных пособий, общение студентов и преподавателей с использованием социальных сетей и прочих мессенджеров. Все перечисленное демонстрирует и подтверждает предположение об интеграции гиперреальности и учебного процесса.

Несомненно, гиперреальность имеет определенные особенности функционирования и развития, которые важно учитывать при изучении социальных явлений, в том числе, социальных ожиданий студентов от обучения в вузе в контексте виртуальной, искусственной реальности.

Для получения количественных характеристик изучаемой проблемы в исследовании был применен метод анкетирования. В опросе приняли участие 360 студентов МГЛУ и 390 студентов Туринского университета. Выборка репрезентирует генеральную совокупность по гендерным характеристикам и составу по курсам обучения.

Каковы социальные ожидания студентов от обучения в вузе? Здесь стоит сделать некоторое отступление и уточнить, что под социальными ожиданиями студентов от обучения в вузе мы будем понимать внутренние социальные нормы, присущие студентам, и упорядочивающие систему отношений и взаимодействий внутри студенческой группы, между студентами и вузом, а также деятельность, направленная на удовлетворение потребностей и достижение целей, сопряженных с учебным процессом [3]. В нашем исследовании были разделены социальные ожидания от обучения в вузе на 4 составляющие, используя теорию капиталов П. Бурдье [4].

В качестве *экономического капитала* мы рассмотрим ***социальные ожидания от профессии как средство накопления денежных средств***, так как профессиональная деятельность может конвертироваться непосредственно в деньги (заработную плату). ***Социальные контакты***, которые формируются у студента в процессе обучения, могут выражать собой *социальный капитал*. ***Изучение истории и культуры своей страны, изучение языка, истории культуры других стран***, представляют собой *культурный капитал* в форме его объективации, то есть академического капитала.

Четвертый, *символический капитал*, будем рассматривать как совокупность вышеперечисленных форм. С точки зрения П. Бурдьё *символическим капиталом* является общественное признание, престиж, репутация. В данной работе такая форма капитала складывается как статус студента, определяемый уровнем его потенциального заработка, уровнем его культуры и количеством и качеством его социальных связей, накопленных к процессу его обучения в вузе.

Говоря о характеристике социальных ожиданий студентов МГЛУ (см. рис. 1) и опираясь на теорию капиталов, можно отметить, что большинство студентов считают свои

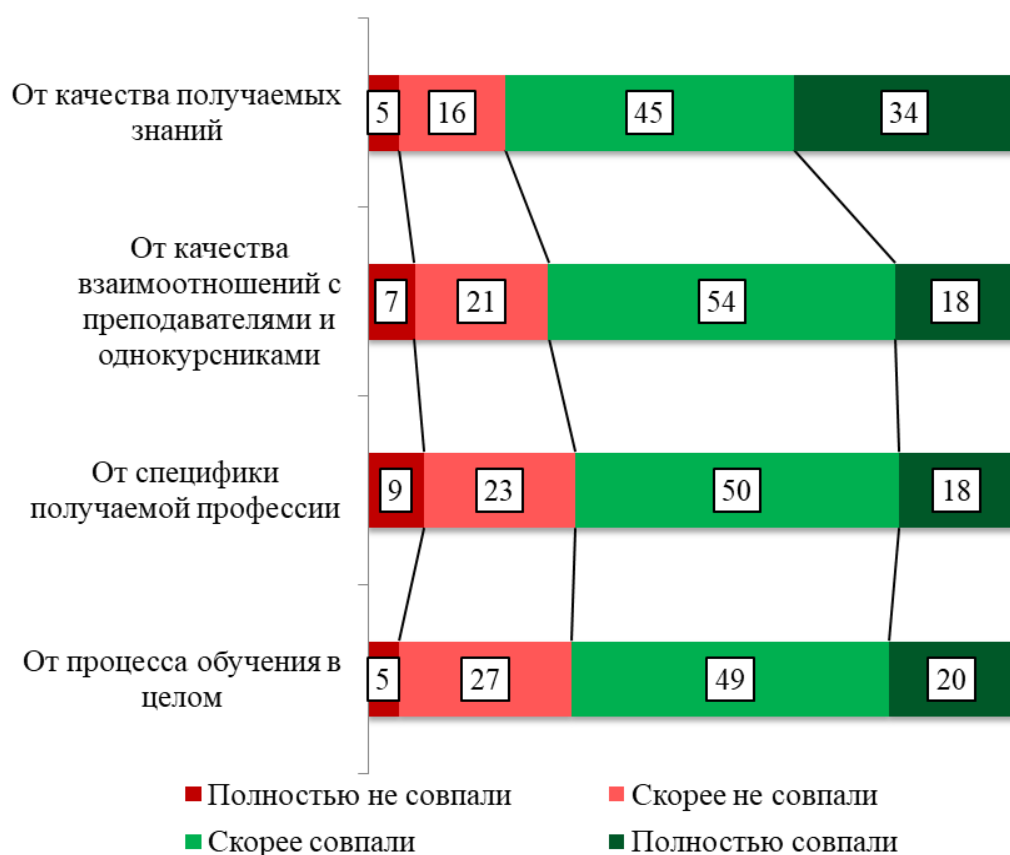


Рис. 1. Общая характеристика социальных ожиданий студентов МГЛУ от их обучения в вузе, %.

ожидания оправдавшимися. При детальном рассмотрении наибольшая доля неоправдавшихся ожиданий наблюдается от специфики получаемой профессии – 32% респондентов. Мы можем предположить, что существуют определенные стереотипы, связанные с различными профессиями, которые не всегда совпадают с истинным положением дел. Максимальные показатели оправданности ожиданий наблюдаются от качества получаемых знаний в вузе.

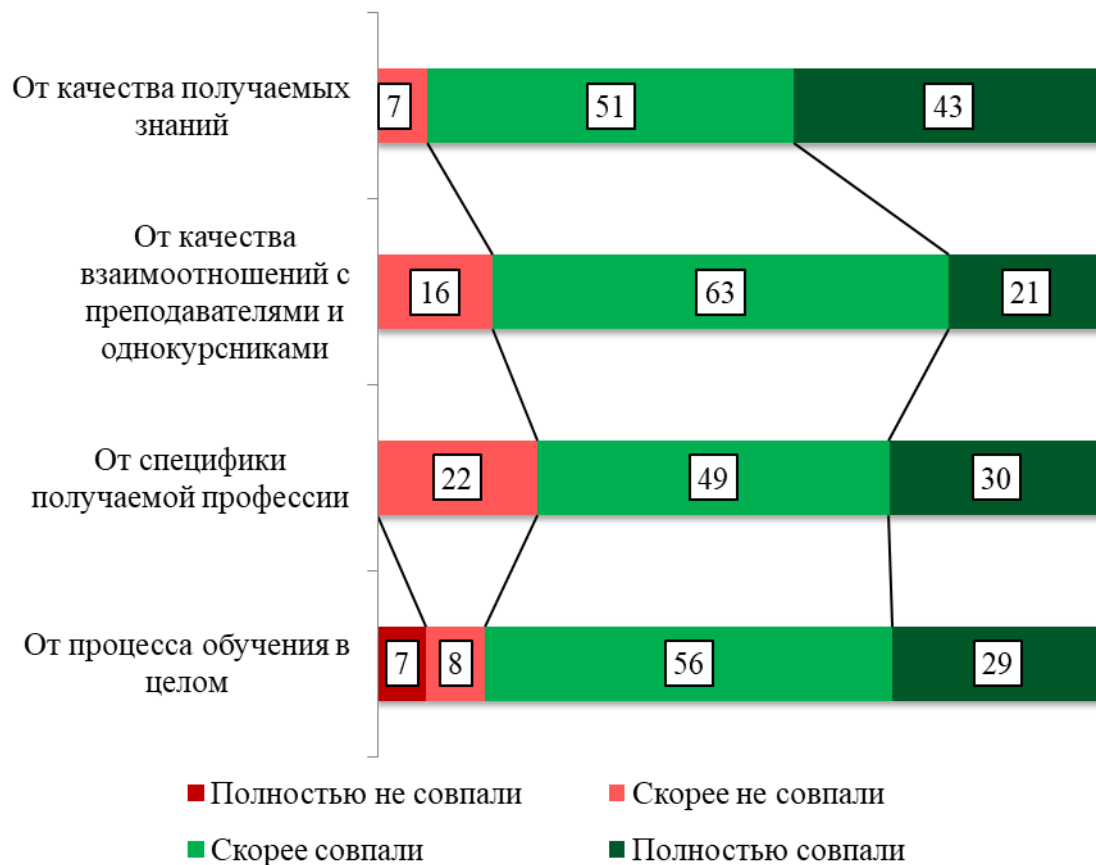


Рис. 2. Общая характеристика социальных ожиданий студентов Туринского университета от их обучения в вузе, %.

Общая картина социальных ожиданий студентов Туринского университета (UNITO) более позитивная (см. рис.2). Более 85% респондентов считают, что их ожидания частично или полностью оправдались от процесса обучения в целом, что превышает такой же показатель у студентов МГЛУ на 15%, учитывая ошибку выборки в 5%, мы можем говорить о наличии ощутимого различия.

Таким образом, уровень оправданности социальных ожиданий от обучения в вузе в целом и по категориям (качество получаемых знаний, взаимоотношения с преподавателями, специфика получаемой профессии) выше у студентов Туринского университета, чем у студентов МГЛУ.

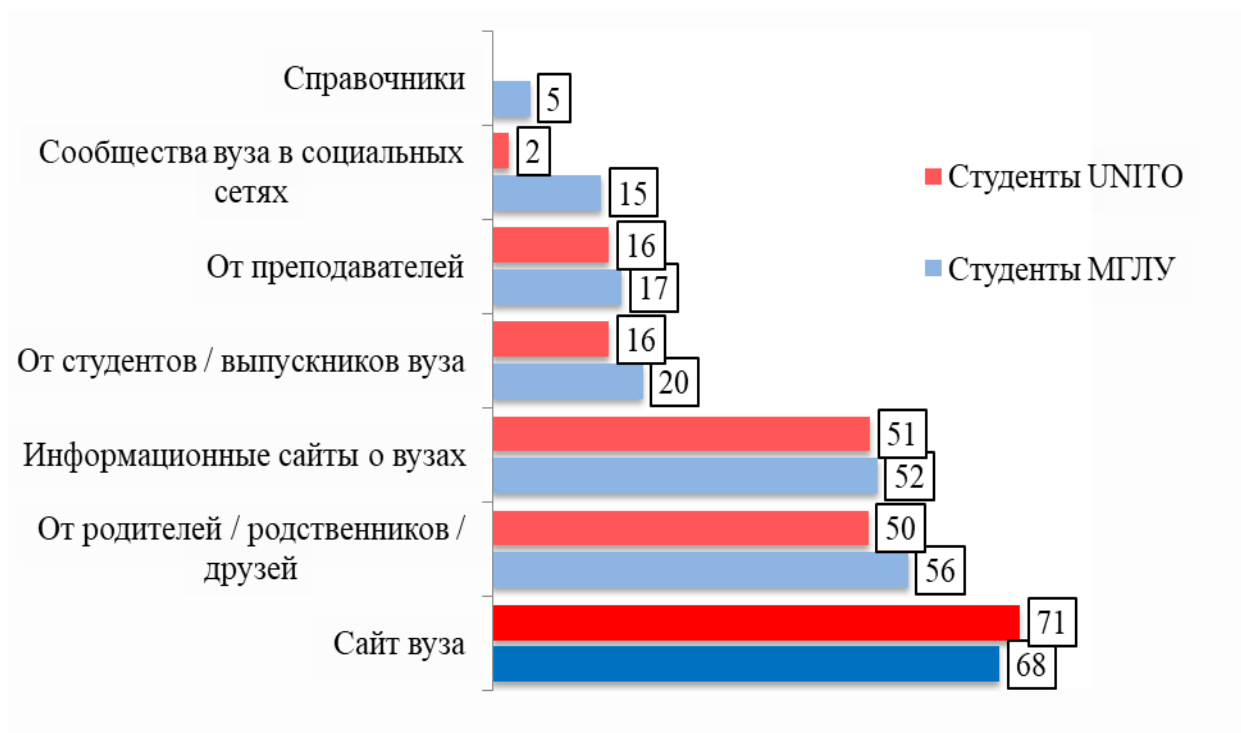


Рис. 3. Источники информации о вузе, которыми пользовались студенты МГЛУ и UNITO, %.

Источники информации о вузе: знают ли студенты, что выбрали? Согласно данным проведенного исследования, официальный сайт вуза являлся основным источником информации о вузе у большинства студентов МГЛУ и Туринского университета приблизительно в равной степени (см. рис. 3).

Следующими по популярности источниками информации о вузе, соответственно, и о выбранной специальности, выступают ближайшее окружение студента и информационные сайты по вузам. Существенной разницы между студентами МГЛУ и UNITO мы не наблюдаем, однако, возможно, друзья, родители и родственники чуть больше влияние на студентов МГЛУ. Таким образом, определенной вариативности в источниках о вузе у студентов МГЛУ и Туринского университета не наблюдается.

Несмотря на схожесть источников информации о вузе и о специальности, полнота полученной информации различна (см. рис. 4). Так, студенты Туринского университета более полно понимали, в чем заключается специфика выбранной профессии, более 62% студентов говорят о том, что достаточно в полной мере представляли, что ожидает во время обучения на данной специальности, а также после окончания вуза. В свою очередь, студенты МГЛУ не совсем четко понимали, в чем заключается специфика их будущей профессиональной деятельности.

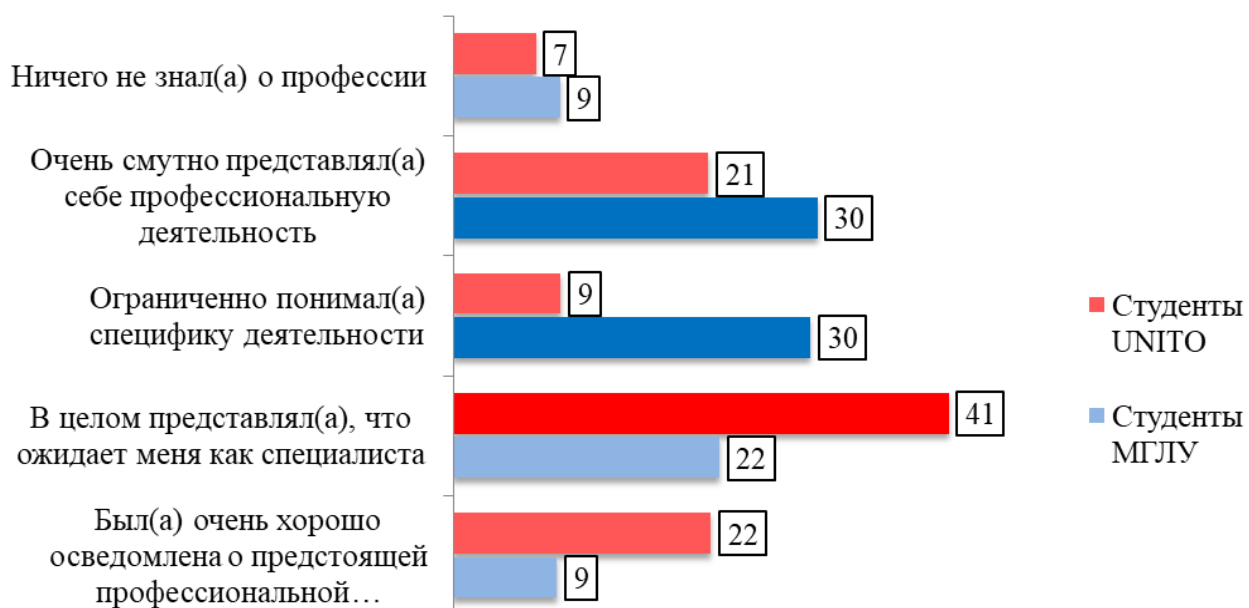


Рис. 4. Степень информированности студентов МГЛУ и UNITO о специфике выбранной специальности, %.

Возможно, это различие может быть проявлением различий менталитетов, во-первых, и обуславливаться условиями социализации. Российские студенты при выборе вуза и тем более специальности ориентируются на балл ЕГЭ. В большинстве случаев желаемый суммарный балл на экзаменах получить не удастся, что автоматически сокращает заинтересованность абитуриента в выбранной по баллам специальности. Немаловажную роль играет количество бюджетных мест, которое может предоставить вуз, потому что основную часть студентов и их семьи имеют средний уровень дохода и не могут позволить оплатить отнюдь не самое дешевое обучение. Соответственно, выбор падает именно на тот вуз и на ту специальность, где предоставляется возможность обучаться на средства, предоставляемые из бюджета. В Италии дело с высшим образованием обстоит несколько иначе. Стоимость обучения не такая высокая, больше возможностей получить грант на обучение, кредиты на образование дают возможность более тщательно и осознанно выбрать и учебное заведение, и направление обучения. Абитуриент имеет возможность досконально изучить все преимущества и трудности, связанные с обучением.

Таким образом, мы можем говорить о том, что источники информации о вузе и направлении обучения схожи у студентов МГЛУ и UNITO, но полнота информации различается, к тому же студенты МГЛУ делают свой выбор менее осознанно.

Кто они, студенты МГЛУ и Туринского университета? Рассмотрим профили студентов, которые были составлены на основании оправданности тех или иных категорий социальных ожиданий от обучения в вузе.

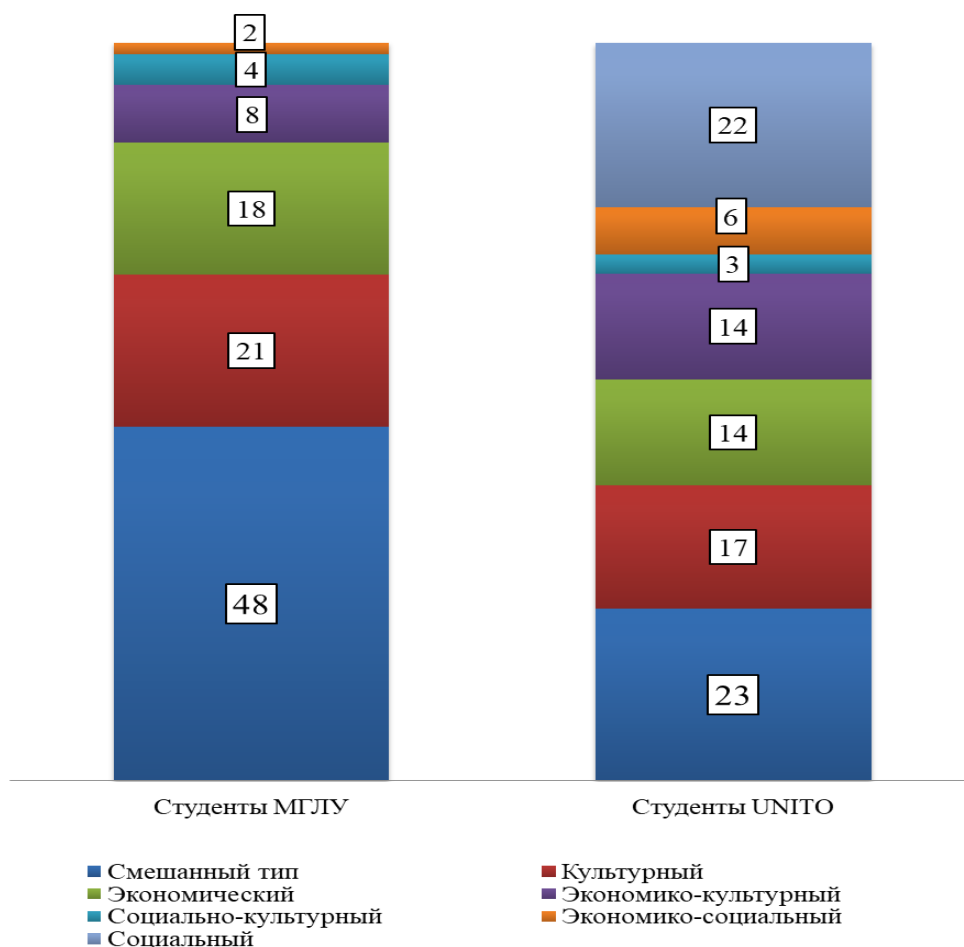


Рис. 5. Типология студентов МГЛУ и UNITO согласно их социальным ожиданиям, %.

Наиболее ярко выраженный профиль у студентов Туринского университета смешанный, как и у студентов МГЛУ. Здесь важно ажно пояснить, какой именно профиль мы считаем смешанным.

Смешанный профиль характеризует такого студента, который не имеет четко определяемой ориентации в обучении в вузе, то есть нельзя сказать, что именно он ожидает от учебного процесса, или он может проявлять свои ожидания во всех трех аспектах, то есть он ожидает, что он закончит университет с тремя капиталами – экономическим, социальным и культурным в равной степени.

Далее по распространенности следует культурный профиль у студентов МГЛУ и социальный – у студентов Туринского университета. Мы можем предположить, что культурный капитал наиболее популярен для московских студентов из-за профиля вуза,

который считается гуманитарным, студенты UNITO рассматривают обучение в вузе как способ накопления социального капитала, поскольку итальянцы достаточно общительны и открыты. Следует отметить, что экономический капитал не столь популярен среди студентов как Италии, так и России, хотя у студентов МГЛУ экономический профиль стоит на 3 месте, а у студентов Туринского университета – на 4.

Обобщая вышесказанное, мы можем сказать, что с точки зрения оправдавшихся ожиданий и их трансформации в типологию профилей студентов учащиеся в вузах находятся еще в поиске себя и смысла, который они вкладывают в процесс обучения. Возможно, после окончания вуза и последующего применения полученных знаний они смогут определить, зачем и почему они выбрали ту или иную специальность.

Выводы.

1. У большинства студентов МГЛУ и UNITO оправдавшиеся и полностью оправдавшиеся ожидания от обучения в вузе.
2. Сайт вуза – самый популярный источник информации о вузе как для студентов МГЛУ, так и студентов UNITO.
3. Студенты МГЛУ в меньшей степени осведомлены о специфике получаемой профессии по сравнению со студентами UNITO.
4. Выбор вуза студентами UNITO является более осознанным по сравнению со студентами МГЛУ.
5. Студенты МГЛУ, несмотря на высокий показатель оправданности ожиданий, не готовы продолжать обучение в магистратуре по специальности, как и студенты UNITO.
6. Смешанный профиль студента преобладает как в МГЛУ, так и в UNITO.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Фролов С. С. Социология организаций: учебник. – М.: Гардарики, 2001. – 234 с.
2. Бодрийяр Ж. Америка. – М.: Владимир Даль, 2000. – 215 с.
3. Hasegawa K., Shinohara Ch., Broadbent J. P. The Effects of 'Social Expectation' on the Development of Civil Society in Japan // Journal of Civil Society. – Vol. 3, No. 2 – 2007. – Pp. 179–203.
4. Бурдые П. Социология социального пространства. – М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетея, 2007. – 342 с.

СМИРНОВА Ю. А.

НЕФОРМАЛЬНАЯ ЗАНЯТОСТЬ: ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ

Аннотация. В статье представлен последовательный анализ: сначала гендерных особенностей трудовой занятости в целом, теоретико-методологических оснований неформальной занятости; далее проводится анализ статистических данных МОТ и Росстата в отношении гендерных различий в сфере неформальной занятости. В заключение рассмотрены приоритетные направления социальной политики в данном вопросе.

Ключевые слова: занятость, неформальная занятость, гендерный аспект.

SMIRNOVA YU. A.

INFORMAL EMPLOYMENT: GENDER ASPECT

Abstract. The article provides a consistent analysis: gender characteristics of employment in general, theoretical and methodological foundations of informal employment, and analysis of statistical data from ILO and Rosstat regarding gender differences in informal employment. In conclusion the author gives an overview of the key directions of the social policy on this issue.

Keywords: employment, informal employment, gender aspect.

В условиях глобализации, современных экономических кризисов, нестабильности рынка труда, роста безработицы проблемы неформальной занятости набирают остроту не только в России, но и в мировом сообществе, в целом. Вместе с развитием флексибельности социально-трудовых отношений, упрощением правил и процедур в рамках трудовой деятельности, наблюдается рост прекарных форм занятости, в частности, неформальной занятости, характеризующихся социальной нестабильностью и незащищенностью работников. В данной статье представляется важным рассмотреть гендерный аспект неформальной занятости для выявления приоритетных направлений в социальной политике государства в отношении определенных категорий граждан.

Гендерные особенности трудовой занятости. Несмотря на общий прогресс, достигнутый в продвижении гендерного равенства в сфере труда, гендерные различия сохраняются во всех странах. В то же время, масштабы гендерных различий варьируются в зависимости от того, как общество определяет социальные роли для женщин и мужчин, в какой степени социальные убеждения влияют на степень и качество их участия в экономической деятельности и домашних обязанностях.

Все общества, в связи с этим, приписывают социальные роли людям через социальные нормы, которые передаются из поколения в поколение. Общие тенденции в глобальном аспекте рассмотрения занятости показывают, что гендерный разрыв на рынке

труда сохраняется. В частности, в странах, где преобладает более консервативная гендерная парадигма «мужчины – главные кормильцы, а женщины – дома», гендерные различия на рынке труда более явны по сравнению с эгалитарными обществами.

В традиционных патриархальных обществах существует много препятствий на пути доступа женщин к экономическим ресурсам и рынку труда, низкий уровень или ограниченный доступ к образованию, а также отсутствие или недостаточный доступ к финансовым ресурсам, технологиям и информации. Кроме того, существуют ограничения в физической мобильности - женщинам не разрешается путешествовать или уезжать далеко от дома, особенно одним, только иногда в сопровождении мужчин. Кроме того, женщины обычно берут на себя основную часть работы по воспитанию и уходу за детьми и пожилыми родственниками. Чаще всего женщинам приходится совмещать оплачиваемую работу с обязанностями по дому и воспитанием детей. Так, женщины, вовлеченные в неформальную занятость, хотя и ощущают преимущества в том, чтобы, например, заниматься приносящей доход деятельностью дома или рядом с ним, при этом, как правило, все равно работают много часов.

Неформальная занятость и занятость в неформальном секторе. Неформальную занятость определяют как «массовое социально-экономическое явление, состоящее в экономическом поведении индивидов, групп, общностей, участвующих в работе по найму или в рамках самозанятости на рынке труда, что приносит им прямо или косвенно доход без легального оформления трудовых отношений со всеми вытекающими из этого социальными, правовыми и экономическими последствиями» [2, с.1].

В международных статистических стандартах проводится различие между неформальной занятостью и занятостью в неформальном секторе. Занятость в неформальном секторе определяется типом предприятия, в котором заняты работники. Неформальная занятость основана и определяется с точки зрения трудовых отношений и наличия социальных гарантий.

В неформальный сектор входят предприятия, не зарегистрированные официально в налоговых органах. Большинство неформальных предприятий – индивидуальные работники или семейные фирмы/фермы. Лишь небольшая часть из них имеет штат наемных работников. Как правило, таким предприятиям присущи: низкий уровень организации, малый масштаб и практически отсутствие разделения труда. Домохозяйства, производящие продукцию для собственного использования исключаются из сферы неформального сектора и относятся к сектору домашних хозяйств.

В соответствии с международными статистическими стандартами, к неформальной занятости относится деятельность, не подтвержденная официальными документами

(трудовой договор), не имеющая подоходного налогообложения, а также не обеспеченная социальными гарантиями и правами на получение определенных льгот (выходное пособие, оплачиваемый ежегодный отпуск или больничный лист и т.д.). В практике МОТ сложилось следующее определение неформальной занятости: если работник не платит взносы в систему социального обеспечения (пенсионные и страховые), не имеет прав на ежегодный оплачиваемый отпуск и оплату больничного, то он считается занятым неофициально [5, с. 2-3].

В России, по данным Федеральной службы государственной статистики, «к занятым в неформальном секторе относятся лица, которые в течение обследуемого периода были заняты, по меньшей мере, в одной из производственных единиц неформального сектора независимо от их статуса занятости и от того, являлась ли данная работа для них основной или дополнительной. В качестве критерия определения единиц неформального сектора принят критерий отсутствия государственной регистрации в качестве юридического лица» [4, с. 88]. Таким образом, Росстат относит к занятым в неформальном секторе: индивидуальных предпринимателей, лиц, работающих по найму у индивидуальных предпринимателей, и физических лиц, членов семьи, помогающих в деле, принадлежащем кому-либо из родственников, работающих на индивидуальной основе, без регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, а также занятых в собственном домашнем хозяйстве по производству продукции сельского, лесного хозяйства, охоты и рыболовства для продажи или обмена [4, с. 88].

Статистические данные по неформальной занятости в России и в мире. Согласно статистическим данным МОТ, во всем мире неформальная занятость составляет 61% от общей занятости – это более 2 млрд. человек. При этом в развивающихся странах данный показатель находится на уровне 67%, в развитых странах – 18%. На мировом уровне неформальная занятость более распространена среди мужчин, чем среди женщин – 63% против 58%, соответственно. В развитых странах – 19% против 18%, в развивающихся странах – 69% против 64% [5, с. 4-5].

Согласно данным Росстата, в России в 2017 году в неформальном секторе насчитывалось 14,2 млн. занятых – из них мужчин 7,9 млн., женщин 6,3 млн. Удельный вес занятых в неформальном секторе составил 19,8% по отношению к общей численности занятых - в неофициальном секторе занят каждый пятый работающий россиянин. При этом, численность неформально занятых в России растет – с 2004 г. численность данной категории занятых выросла на 25% [4, с. 89-90].

Что характерно, в последние годы на неформальную занятость переходит все больше квалифицированных кадров. По официальным данным, «за последние 10 лет практически в 2

раза увеличилась доля неформально занятых, которые имеют высшее профессиональное образование. В неформальный сектор вынуждено уходить большее количество квалифицированных женщин, чем мужчин» [1, с. 36]. По уровню образования, почти половина занятых (46,7%) имеет среднее специальное образование, 18% – высшее. Причем, среди женщин, занятых в неформальном секторе, доля имеющих высшее образование больше, чем среди мужчин – 20% против 16%, соответственно [4, с. 91].

Женщины чаще, чем мужчины, работают по найму – 65% против 60%, соответственно. Средний возраст работников в сфере неформальной занятости – 39 лет для мужчин и 40 лет для женщин.

При рассмотрении структуры занятых в неформальном секторе по видам экономической деятельности также наблюдаются различия в гендерном аспекте. Среди неформально занятых женщин 45% приходится на работу в сфере оптовой и розничной торговли. Также распространенной является занятость в сельском хозяйстве и предоставлении прочих услуг. Среди мужчин основными видами неформальной экономической деятельности являются: ремонт автотранспортных средств, строительство, транспортировка и хранение, а также лесное и сельское хозяйство, охота и рыболовство [4, с. 94-96].

Согласно данным исследования «Прекариат-2018», «среднемесячный заработок у мужчин в 2018 г. составлял 32713,3 руб., у женщин – 25125,8 руб. с учётом всех надбавок и подработок. Таким образом, заработная плата женщин составляла 76,8% от зарплаты мужчин» [3, с. 249].

Социальная политика в отношении неформальной занятости. Представители Министерства труда РФ отмечают, что распространение неформальной занятости, прежде всего, нарушает социально-трудовые права самих работников. Подобная ситуация ведет к росту напряженности на рынке труда.

В настоящее время государство на уровне субъектов регулярно выделяет бюджет на проведение мероприятий снижения уровня неформальной занятости. К таким мерам можно отнести: профессиональное обучение и стажировки, возмещение работодателям расходов на частичную оплату труда работников, обеспечение временной занятости граждан, потерявших работу, оказание содействия в трудоустройстве инвалидам и т.д.

Также государство предпринимает меры по повышению внутренней трудовой мобильности населения как одного из источников роста инвестиционной привлекательности регионов. Так, государственный проект общероссийской базы вакансий «Работа в России», в том числе, призван содействовать решению данной задачи.

Можно выделить следующие ключевые направления социальной политики государства в отношении снижения уровня неформальной занятости: разработка политических мер по регулированию рынка труда, подразумевающих большую гибкость аспектов трудового законодательства; совершенствование системы налогообложения и социального страхования, в частности, пособий по безработице; обеспечение условий для роста трудовой мобильности населения.

Таким образом, рост масштабов неформальной занятости усиливает проблемы гендерного неравенства. Целесообразным видится разработать эффективный комплекс мер социальной политики в отношении данной категории занятых с целью социальной защиты данной категории граждан, в особенности женщин.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Клименко Л. В., Посухова О. Ю. Гендерные аспекты прекариатизации труда в российском обществе // Женщина в российском обществе. – 2017. – №1 (82). – Режим доступа:<https://cyberleninka.ru/article/n/gendernye-aspekty-prekariatizatsii-truda-v-rossiyskom-obschestve> (дата обращения 08.03.2020).
2. Комлева М. Н. Неформальная занятость женщин. Проблемы и пути совершенствования социальной политики // Вестник Казанского юридического института МВД России. – 2011. – № 5. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/neformalnaya-zanyatost-zhenschin-problemy-i-puti-sovershenstvovaniya-sotsialnoy-politiki> (дата обращения: 09.03.2020).
3. Прекариат: становление нового класса: (коллективная монография) / под ред. Ж. Т. Тощенко. – М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2020. – 400 с.
4. Рабочая сила, занятость и безработица в России (по результатам выборочных обследований рабочей силы). 2018: Стат.сб. / Росстат. – М., 2018. – 144 с.
5. Bonnet Florence, Joann Vanek and Martha Chen. Women and Men in the Informal Economy – A Statistical Brief. – Manchester, UK: Women in Informal Employment: Globalizing and Organizing (WIEGO), 2019.

ДАДАЕВА Т. М., ПОРТНОВ П. С.

**КТО ОНИ ГЕРОИ ЭПОХИ? ИЛИ ОБРАЗЫ МАСКУЛИННОСТИ В РОССИЙСКОМ
КИНЕМАТОГРАФЕ (АНАЛИЗ СОВЕТСКОГО И ПОСТСОВЕТСКОГО КИНО)**

Аннотация. В статье на основе дискурс- и контент-анализа кинематографа исследуются герои эпохи и образы маскулинности в различные периоды развития российского общества. Выявлены социальные особенности героя и образы маскулинности, репрезентируемые в советском и постсоветском кинематографе. Делается вывод о трансформации образов маскулинности в исторической динамике.

Ключевые слова: герой, маскулинность, эпоха, образ, кинематограф, контент-анализ, дискурс-анализ.

DADAEVA T. M., PORTNOV P. S.

**WHO ARE THE HEROES OF THE ERA? IMAGES OF MASCULINITY
IN RUSSIAN CINEMA: AN ANALYSIS OF SOVIET AND POST-SOVIET FILMS**

Abstract. The article, based on the discourse and content analysis of cinema, examines the heroes of the epoch and images of masculinity in various periods of Russian society development. Social features of the hero and images of masculinity represented in Soviet and post-Soviet cinema are revealed. The conclusion is made about the transformation of masculinity images in historical dynamics.

Keywords: hero, masculinity, epoch, image, cinema, content analysis, discourse analysis.

Кинематограф является мощным социальным институтом, оказывающим большое влияние на социализацию молодежи. Художественные образы героев и героинь часто являются отражением эпохи, представляют образцы для поведения, формируя паттерны для подражания.

Исторически героизм на всем протяжении развития общества связывался с жертвенностью, подвигом, сознательным выбором человека, направленным на служение обществу и решению его задач. Исследователи отмечают, что образ героя по-прежнему остается «единственным образцом подражания, ориентиром, маяком и опорой для современного индивида в условиях перманентной социальной и культурной нестабильности» [15, с. 342].

Однако критерий героического является субъективным, зависимым от субъекта и обусловленным культурно-историческим развитием. В связи с этим, осуществляя анализ и типологию социальных героев, тиражируемых кинематографом, можно выявить и

особенности периодов развития страны, отражающих востребованность определенного типа маскулинности.

В современных условиях трансформации гендерных ролей в обществе, актуализируется изучение образов маскулинности, репрезентируемых в советском и постсоветском кинематографе. Исследование социальных особенностей образа героя в российском кинематографе позволяет осмыслить ключевые аспекты трансформации данного явления в исторической динамике.

Зарубежные авторы внесли свой вклад в изучение кино в рамках визуальной социологии и социологии кино, это: Винтер Р. [8], Жиро Т. [7], Кениг Р. [8], Корте Г. [12], Май М. [8], Тренц Х.-Й. [9]. Среди российских исследователей социологии кино можно отметить таких авторов, как Айтказина Д. [1], Воробьева К. С. [2], Евсеева Я. В. [4], Жабский М. И. [18], Мкртычева М. С. [14], Сергеева О. В. [16], Шеремет А. Н. [20]; исследованием образа героя, в том числе в кино, занимались Жемчугова О. А. [6], Ковалева Н. Б. [10], Любашова Н. И. [13], Сайкова Ю. А. [15], Синицын А. Н. [17], Шахова И. А. [19], Петраш М. А. [17] и др.

Данная статья является попыткой анализа ряда кинематографических лент на предмет представленности героя эпохи и образа маскулинности. С помощью контент- и дискурс-анализа исследовались типические черты «современного героя эпохи» в динамике. Герой всегда ассоциируется с мужчиной, с мужественностью, поэтому анализ кинематографического героя позволил выявить черты и модели маскулинности, свойственные данному периоду развития общества. Необходимо отметить, что по данным Центра изучения репрезентации женщин на телевидении и в кино (подобные исследования проводятся с 2002 года, последний отчет за 2019 г. базируется на изучении более 2500 персонажей в 100 самых кассовых фильмах американского проката в ушедшем году (иностранные фильмы не учитываются)) женщины были главными героинями в 22% случаев (мужчины – в 52%), что на 10% больше, чем в 2018 г., и на 6% больше, чем в 2002 г. (за всю историю исследований это максимальное значение). В 26% фильмов главные герои представлены ансамблем женских и мужских персонажей, 33% всех персонажей с репликами были женщинами (это самая высокая цифра с 2002 г.), 67% говорящих на экране – это по-прежнему мужчины, в 2019 г. женские персонажи составили 34% от всех основных персонажей. Процент главных героев женского пола колеблется от 11% (2011 г.) до 22% (2019 г.), при этом в 2002 г. значение было средним (16%) [3].

Выбор фильмов для анализа обусловлен тематикой и целями исследования: в них должны быть главные герои, отражающие современность, представляющие мужские образы

в разные исторические периоды развития нашей страны. В качестве эмпирического объекта для исследования «героя» советской эпохи выступили фильмы, снятые в 1960-1980-е годы: «Еще раз про любовь» (1961 г., реж. Георгий Натансон), «Девять дней одного года» (1962 г., реж. Михаил Ромм), «Застава Ильича» (1964 г., реж. Геннадий Шпаликов, Марлен Хуциев); «Дневной поезд» (1974 г., реж. Инесса Селезнева), «Пираты XX века» (1979 г., реж. Борис Дуров); «Полеты во сне и наяву» (1982 г., реж. Роман Балаян), «Влюблен по собственному желанию» (1982 г., реж. Сергей Микаэлян), «Отпуск в сентябре» (1979 г., реж. Виктор Мельников); фильмы, снятые в 1990-2000 гг. – «Брат -1» (1997 г.), «Брат - 2» (2000 г.) (реж. Алексей Балабанов), телесериал «Бригада» (2002 г., реж. Алексей Сидоров.), «Час-пик» (2006 г., реж. Олег Фесенко), «В движении» (2002 г., реж. Филипп Янковский).

В теоретико-методологическом плане мы использовали теорию гегемонной маскулинности Р. Коннелла [11].

В качестве единиц анализа брались социально-демографические характеристики героя (возраст, семейный статус, наличие детей), социально-профессиональный статус (образование, профессия, должность), материальный статус (наличие квартиры, машины), отношения в семье, романтические отношения вне семьи, отношения на работе, оценка собственной жизни, цель (желания, интересы), как героя оценивают другие. Единицами счета выступили фразы героя и фразы других персонажей. Также анализировался контекст – признаки эпохи и их влияние на героя.

В советскую эпоху периода оттепели появляется новое поколение мужчин-героев. Это молодые интеллектуалы физики-испытатели: аспирант по имени Электрон (герой А. Лазарева) и его коллеги в фильме «Еще раз про любовь»; герой А. Баталова, ученый – физик-ядерщик, рискующий жизнью ради науки в фильме «Девять дней одного года»; инженеры-испытатели в фильме «Застава Ильича». Эти герои, молодые люди с новыми ценностями, спорящие со старшим поколением (которое получило трагический опыт в годы войны). В частности, в фильме «Застава Ильича» показано противостояние прежних ценностей (старшего поколения) и новых (молодого поколения). Все эти новые герои – «бунтари», свободные интеллектуалы, верящие в науку, космос, открытые для всего нового, они все очень мужественны, смелы, надежны, принципиальны и одержимы своим делом, однако, все так же уязвимы в любви. Новый тип мужественности был востребован эпохой, это был социальный заказ, формирующий нового героя послевоенного социалистического государства, увлеченного мирным созиданием, развитием науки.

Герои семидесятых уже другие. Первый выбранный нами персонаж для анализа – Игорь (герой В. Гафта в фильме «Дневной поезд»), уже немолодой человек, ищущий

взаимных отношений для создания семьи, но что-то где-то потерявший в себе, в прошлом очень успешный инженер (гидро-инженер), изобретатель (капитан волейбольной команды в студенческие годы, когда-то подающий надежды аспирант), но разочаровавшийся и, став циником, тем не менее ждет признания и понимания. В фильме хорошо показана эпоха застоя (необходимость достать дефицитные деликатесы к званому обеду, импортные туфли и т.д.) Вероятно, его и героем назвать сложно.

Другой фильм – первый советский боевик «Пираты XX века», представил советскому зрителю новый образ маскулинности (герой Н. Еременко), нового героя, а именно первого супер-героя советского экрана. Физически сильный (владеющий приемами борьбы), мужественный, цельный, справедливый, не лишенный интеллекта (радиоинженер, владеющий иностранными языками), патриот – настоящий защитник, супергерой, у которого, вероятно, нет проблем в личной жизни, он всегда любим и им восхищаются.

Герои восьмидесятых – это герои Олега Янковского (Сергей Макаров в фильме «Полеты во сне и наяву», Игорь Брагин в фильме «Влюблен по собственному желанию») и Олега Даля (Виктор Зилов в фильме «Отпуск в сентябре»), которые представляют тип маскулинности 1980-х годов. Герой Янковского – Сергей Макаров – инженер конструкторского бюро, 40-летний ребенок – «клоун», «подлец», «лжец», «подонок», «мерзавец» (подобные эпитеты дают главному герою другие участники сюжета – его жена, любовница, сослуживцы). У него, судя по всему, нелюбимая работа (откуда он постоянно хочет сбежать), опостылевшая жена, любовница, дочь, мать. Вот как он рассуждает о своем будущем. «...Есть ли у меня будущее? С одной женщиной меня не связывает ничего, кроме долга, с другой женщиной связывает все кроме долга».

Другой герой Олега Янковского – Игорь Брагин – бывший профессиональный спортсмен, получил травму, ушел из большого спорта, стал работать токарем, уходит в запой, развелся с женой и впереди ничего оптимистического. Он также пытается найти себя: «Люди! Люди! Вы не замечаете меня, но я есть! Я многое могу сделать! Я могу!»). После встречи с главной героиней в нем происходит метаморфоза, он пытается найти смысл и в своей работе (которая вначале была нелюбимой) («мама помоги, ты же всегда жила для других и была счастлива, почему я не такой?!») Пожалуй, только у него поиск себя увенчался успехом, благодаря любимой женщине, он стал меняться, в конце отказался от хорошей должности ради того, чтобы остаться свободным внутренне.

Герой О. Даля – Виктор Зилов, инженер на заводе, схож с Сергеем Макаровым. У него также нелюбимая работа, жена, нелюбимая любовница, алкоголь, череда измен, нелюбимые друзья. Безразличие ко всему (кроме утиной охоты), отсутствие совести, моральных

принципов, ложь. Как герои исполняют свои мужские социальные роли? Как мужья, отцы – никак. С точки зрения материального статуса им зарплаты постоянно не хватает (Сергей Макаров почти всем должен денег, Игорь Брагин постоянно «стреляет» трешку на выпивку).

Макаров, Брагин и Зилов, они чем-то схожи между собой, завравшиеся и запутавшиеся в своей лжи, безвольные, а порой и очень жестокие в отношении своих близких, живущие в своих фантазиях, инфантильные (безответственные), подавленные, ни во что не верящие, без идеалов. Данные герои постоянно врут, причем лгут не для того, чтобы выкрутиться, юлить, а намеренно, цинично. В советскую эпоху герои О. Янковского и О. Даля мечущиеся, не нашедшие себя в жизни (а может и ни к чему не стремящиеся, поскольку не знают, к чему стремиться), использующие ложь как основной инструмент коммуникации с женщинами (любовницами, подругами), женами, начальством, друзьями. Ложь как способ самозащиты. Они искренне верят, что это необходимо для них самих.

Возможно, им необходима эта ложь для самоутверждения, так же, как и частая смена партнерш. В эпоху всеобщей лжи, лицемерия и обмана (советский режим эпохи застоя), их личностная ложь является безобидной или порождением эпохи, поскольку это единственный протест против большой лжи. Почти все герои живут в бешеном ритме – бегут от действительности, от себя. Они бы могли многое изменить в себе, а вместо этого они обвиняют во всем других. Для своего времени данные фильмы были весьма необычными и смелыми своей экзистенциальной сущностью: поиском смысла жизни, показом неудовлетворенности этой жизнью в советский период.

Хорошо отражена самобытная эпоха СССР – вечный дефицит, скудная обстановка в квартирах простых советских инженеров (работников ИТР, библиотекарей, рабочих). Атрибуты эпохи – спекулянты, стройотрядовцы на вокзалах с гитарами, поездки на сбор овощей в подшефный колхоз, общественная работа и т.д.

Эпоха девяностых ознаменовалась появлением новых героев в кинематографе. Фильмы «Брат 1», «Брат 2» и сериал «Бригада» являются своего рода кинематографическими символами эпохи «лихих 90-х», а Данила Багров (роль Сергея Бодрова младшего) и Александр Белов (роль Сергея Безрукова) стали героями целого поколения. Это уже герои, которые привыкли решать все с помощью силы (типичная нормативная маскулинность). Герои Бодрова младшего и Сергея Безрукова — молодые, brutальные, преступные (умеющие убивать, совершать физическое насилие), одержимые, агрессивные, верящие в силу оружия и физическую силу. Они стали такими не сразу. Это продукт времени, эпохи. И тот и другой оказались ненужными стране (Багров, вернувшийся после первой Чеченской войны, Белов – после службы в армии). Политический и экономический кризис в России –

разгул криминальных группировок, вызвал появление данного типа маскулинности. Соответствующей, согласно теории Р. Коннелла, гегемонной маскулинности для той эпохи. Как правило, в периоды кризисов происходит мобилизация и эксплуатация традиционной мужественности – гегемонной маскулинности, с доминированием физической силы. Преступные группировки 1990-х овеяны в кинематографе духом романтики и красивой жизни, подобный тип маскулинности имел определенную притягательность для молодых девушек того периода. Считается, что это потерянное поколение, которому пришлось формировать свою мужскую идентичность, самоутверждаться в кризисный тяжелый период нашей страны.

В миллениум выходят фильмы с героями мужчинами-интеллектуалами («Час-пик» 2006 г., реж. Олег Фесенко; «В движении» 2002 г., реж. Филипп Янковский), жизненный успех которых – карьерный рост связан не с физической силой, как это было в 1990-е, а с интеллектом, образованием. Главными инструментами для достижения цели выступают: связи, преданность, социальный и культурный капитал. Формируется новый паттерн мужественности. Это герой-интеллектуал, который свою успешность строит на основе хорошего образования, в отличие от героев 1990-х, использующих криминальные механизмы. Саша Гурьев (роль Константина Хабенского в фильме «В движении»), как нам кажется, является героем нового тысячелетия, новой России. Поскольку начало нулевых ознаменовано эпохой социально-экономических реформ в нашей стране, в этот период начинает создаваться новый кинематограф со своим образом художественного героя и маскулинности.

Герои К. Хабенского (фильмы «Час-Пик» и «В движении») представляют собой успешных профессионалов новых профессий – бизнесменов, пиарщиков, хорошо зарабатывающих (успешный журналист, успешный сотрудник пиар-компании), ловеласы, вечно куда-то спешащие, умеющие хорошо выпить. Данным героям присущ кризис среднего возраста (боязнь старости), они в поиске собственной идентичности (отсюда – любовницы, байк, пробежки, ритм жизни и т.д.).

То, что объединяет героев-мужчин трех последних периодов – это поиск себя и поиск смысла в жизни, им всем присущ кризис идентичности, кризис среднего возраста. И если для героев эпохи застоя не зачем куда-то стремиться, то для нового времени тот же вопрос для чего весь этот успех, который не радует и не приносит удовольствия и жизнь проходит мимо. Эти герои слабы и даже порой жалки в своей беспомощности что-то изменить, хотя каждому это сделать под силу. И неважно, из какого они времени – застойного или нового.

Герои Хабенского 2000-х годов очень схожи с героями 1980-х, что проявляется в нелюбимой работе, нелюбимой жене, в любовницах. В то же время они находятся в поисках новых идеалов и не находят их в своей эпохе. Ни работа, ни семья не приносят радости и удовлетворения, семейный долг и обязанности скучны для их образа жизни. Вот что Гурьев говорит своей супруге: *«Ты думаешь, что любишь меня, да? Да ты просто прицепилась ко мне и не даешь мне жить, дышать, думать. Ты как паук. Пытаешься утащить меня в свой убогий мирок, да? Спрятать под свою юбку. А я не хочу. Не хочу жить твоей жизнью. Я не хочу ходить к твоей маме, слушать ваши бредни, бояться твоей ревности, ложиться с тобой в кровать изо дня в день каждый вечер.... И я рад, что тебе это говорю. Слава богу, что я хоть раз сказал тебе это»*. Возможно, это протест против обыденности, против заведенного порядка. В конце Гурьев приходит к начальной фразе фильма, так и не найдя ответов на свои вопросы: «Все так запутано. Господи. Так хочется ясности». Эти фильмы имеют общую экзистенциальную коннотацию, проблему существования. Все эти фильмы о кризисе мужчин среднего возраста, в их повседневной обыденной жизни.

Нормативная маскулинность выражалась достаточно точно как в советском, так и в постсоветском кинематографе. Так, большинство героев советского периода (оттепели, эпохи застоя) имели инженерные специальности, имели семью и романтические отношения на стороне, но не были удовлетворены ни работой, ни семьей, ни любовницами (им были не чужды случайные связи), часто употребляли алкоголь (или были запойными алкоголиками), имели мужские хобби (автомобиль, охота, спорт); в постсоветском кино все те же социальные характеристики, только увлечения несколько другие, более современные (пробежки по утрам, байки и т. д.). И те и другие герои использовали ложь в коммуникации.

Был ли успешен поиск мужской идентичности для этих героев в конце фильма? Отнюдь. Зилов хотел покончить собой, Гурьев хотел ясности (так ее и не получив), Макаров так и остался в плену своих инфантильных фантазий – полетов во сне, другой герой Хабенского решил пересмотреть свою жизнь только под влиянием ошибочного смертельного диагноза (а так бы и жил с чувством вины перед другом, не заметив, что дочь выросла и у нее проблемы, а жена изменяет), герой Гафта так и не решился признаться в чувствах понравившейся ему женщине, испугавшись отказа.

Несмотря на то, что эпоха кардинально изменилась, сменился политический режим, у героев-мужчин все те же проблемы: неудовлетворенность работой, семьей, боязнь старости, ответственности, правды, самой жизни.

Разумеется, выводы часто определяются выбранным эмпирическим рядом — эмпирическим объектом исследования, в данном случае выбранными для исследования

фильмами. Но даже в выбранном ряду мы можем видеть трансформацию образа героя и маскулинности, его зависимость от социокультурного контекста, представленную режиссерами: если в период оттепели – это новые герои, новый тип маскулинности – ученых, физиков, ядерщиков, формирующих новую систему ценностей (герои А. Лаврова, А. Баталова); в годы застоя – потерянных, слабых, не всегда находящихся в себе силы что-то изменить в своей жизни и сомневающихся в нужности этих изменений (герои О. Янковского, О. Даля, В. Гафта); новые brutальные герои 1990-х, использующие физическую силу и оружие в борьбе со «злом» (герои С. Бодрова и С. Безрукова); герои 2000-х гг. – интеллектуалы, успешные на работе, но продолжающие поиск себя в этом мире (герои К. Хабенского), все также испытывающие экзистенциальный кризис идентичности.

В настоящее время образ героя подвергся серьезной трансформации в российской культуре. Особенно актуальным является то, кто является героем для современной молодежи сегодня.

По данным социологического исследования среди студентов в Амурском государственном университете кинематограф продолжает иметь большое влияние на представление о героях. На вопрос: «Какие фильмы о героях Вы знаете?» респонденты назвали «Батальон» (15%), «А зори здесь тихие» (11,7%), «В бой идут одни старики» (10%). В той же мере молодёжь считает фильмами о героях «Человек из стали» (11,7%) и «Человек-Паук» (6,7%) [19]. Такое распределение ответов на данный вопрос свидетельствует о двояком понимании экранных героев. Можно говорить о том, что молодежь подменяет понятия «героя» на «супергероя» – несуществующего мультяшного персонажа, наделенного сверхспособностями, что противоречит традиционному пониманию исследуемых понятий.

Авторы исследования делают вывод, что налицо противоречие в сознании молодежи: почитая героев прошлых лет, молодежь имеет потребность в новых героях, достижения которых можно считать сомнительными в части героизма. На смену традиционному понятию «героя» пришли популярные в массовой культуре символы, наделенный сверхспособностями (Бэтмен, человек-паук и т.д.) или просто богатый и известный певец/актер [19].

В заключение можно сделать вывод, что образ героя и маскулинности менялся от эпохи к эпохе и отражал идеологические требования к герою в советский период и менее идеологизированные нормы к героям в постсоветский период. Однако паттерны, образцы мужественности (маскулинности) формировались по своим законам. Героев фильмов 1980-х и 2000-х объединяет поиск своей экзистенциальной сущности, что не всегда связано с политическим режимом страны, а, скорее, с кризисом мужчин среднего возраста, с кризисом

их идентичности. Вероятно, сегодняшний паттерн маскулинности еще находится в стадии формирования и требует дальнейших исследований.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Айтказина Д. Социология кино // Богема. – 2016. – № 1. – С. 54–59.
2. Воробьева К. С. Социология кино в СССР: проблема посещаемости // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2020. – № 1. – С. 71–79.
3. Далеко ли до равенства: мужчины по-прежнему доминируют в кино. Отчет Центра изучения репрезентации женщин на телевидении и в кино [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kinopoisk.ru/media/news/2735930/> (дата обращения 10.03.2020).
4. Евсеева Я. В. Социология кино и театра: история и современность. Введение к тематическому разделу // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 11: Социология. Реферативный журнал. – 2017. – №. 2. – С. 6–20.
5. Жабский М. И. Социокультурная драма кинематографа: анализ. летопись 1969–2005 гг. – М.: Грани, 2009. – 336 с.
6. Жемчугова О. А. Эволюция героев массового кино США и СССР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://e-notabene.ru/ca/article_20781.html. (дата обращения 10.03.2020).
7. Жиро Т. Кино и кинотехнологии // Экранная культура. Теоретические проблемы: сб. ст. – СПб.: СПбГУ, 2012. – С. 399–422.
8. Ким С. Г., Май М., Винтер Р. Кино, общество и социальная действительность: отношения социологии и кинематографии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/2009-02-018-may-m-vinter-r-kino-obschestvo-i-sotsialnaya-deystvitelnost-otnosheniya-sotsio-logii-i-kinematografii-mai-m-winter-r-kino> (дата обращения 10.03.2020).
9. Ким С. Г., Тренц Х.-Й. Кино как символическая форма мирового сообщества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyber-leninka.ru/article/n/2006-02-019-trents-h-y-kino-kak-simvolicheskaya-forma-mirovo-go-soobschestva-trenz-h-j-das-kino-als-symbolische-form-von-weltgesellschaft> (дата обращения 10.03.2020).
10. Ковалева Н. Б. Образ героя в представлениях подрастающего поколения в контексте проблемы становления их идентичности // Азимут научных исследований: педагогика и психология. – 2018. – №3. – С. 317–321.
11. Коннелл Р. Маскулинности и глобализация // Введение в гендерные исследования. Хрестоматия. Ч. II / под ред. С. В. Жеребкина. – Харьков: ХЦГИ, 2001; СПб.: Алетейя,

2001. – С. 851-879.

12. Корте Г. Введение в системный киноанализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://id.hse.ru/data/2019/11/12/1150913384Корте_текст-оконч_сайт.pdf (дата обращения 10.03.2020).

13. Лубашова Н. И. Из истории социологии кино // Социологические исследования. – 2011. – № 4. – С. 147–149.

14. Мкртычева М. С. Кино как предмет социологического изучения: возможности и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kino-kak-predmet-sotsiologicheskogo-izu-cheniya-vozmozhnosti-i-perspektivy> (дата обращения 10.03.2020).

15. Сайкова Ю. А. Формирование классических представлений о герое // Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. – 2019. – № 2. – С. 338-343.

16. Сергеева О. В. Исследовательское поле визуальной социологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ecsocman.hse.ru/data/2010/09/03/1214990144/09_Sergeeva.pdf (дата обращения 10.03.2020).

17. Синицын А. Н. Три истории (феноменологические заметки о зрителе, кино и деньгах зрителя в кино) // Ежегодная богословская конференция Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. – 2018. – № 18. – С. 28–33.

18. Социология и кино / под ред. М. И. Жабского. – М.: Канон, 2012. – 600 с.

19. Шахова И. А., Петраш М. А. Образ героя в представлениях амурчан // Амурский государственный университет. – 2019. – № 84. – С.66-71.

20. Шеремет А. Н. Социология кино для всех // Высшее образование в России. – 2019. – № 4. – С. 150–154.

СУНДИКОВА М. В., ФОФАНОВА К. В.

СТРУКТУРИРОВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ ЦЕННОСТЕЙ В ВИДЕОИГРАХ

Аннотация. В статье предлагается социологический подход к изучению ценностей в структуре видеоигр, демонстрируется как разработчики конструируют эти ценности и манипулируют ими. Анализ аксиосферы компьютерных игр свидетельствует о том, что актуализация ценностей зависит как от характера игры, так и от игрока.

Ключевые слова: аксиосфера, видеоигра, моральные ценности, структура игры, ценности, эмоции.

SUNDIKOVA M. V., FOFANOVA K. V.

STRUCTURING AND REALIZATION OF VALUES IN VIDEOGAMES

Abstract. The article presents a sociological approach to the study of values in the structure of videogames. In particular, it is shown how developers construct and manipulate these values. The analysis of the axiological sphere of computer games proves that the actualization of values depends both on the game and the gamer.

Keywords: axiological sphere, videogame, moral values, game structure, values, emotions.

Ни для кого не секрет, что наше реальное поведение далеко не всегда соответствует нашим ценностям. Нередко мы игнорируем нуждающихся, говорим неправду, не заботимся об окружающей среде, даже если всецело признаем ценности щедрости, честности или экологической ответственности. Однако в ряде проектов, связанных с созданием виртуальной реальности, особенно в производстве игр, пропасть между поведением и ценностями может стать еще шире. Каждый из нас слышал выражение «это просто игра»: она не равноценна жизни, а значит не требует, чтобы человек подчинялся тем же моральным нормам. Поэтому поведение человека в реальном мире нередко не совпадает с поведением в игровом мире, так же как игровые ценности могут серьезно отличаться от ценностей, регулирующих повседневную жизнь (как правило, в сторону смягчения их жесткости и обязательности). Наконец, следует иметь в виду, что разработчики способны воздействовать на решения геймеров, программировать возможные результаты их действий, конструируя ценности и манипулируя ими. В результате эта искусственно выстроенная аксиосфера игры может иметь обратное воздействие на реальную жизнь, воздействуя на поступки человека. Жизнь современного человека все более переплетается с виртуальной, поэтому сложная многоуровневая система ценностных взаимодействий в компьютерной игре требует соответствующего изучения и интерпретации.

Цель статьи: изучить ценности в видеоиграх в рамках социологического подхода, на примере качественного контент-анализа проанализировать, как они конструируются разработчиками и интерпретируются геймерами. Проблемное поле исследования заключается в несоответствии интерпретации ценностей, транслируемых посредством игры, со значениями, которые игрок в них вкладывает и социальными действиями, предпринимаемыми игроком впоследствии.

Видеоигра обычно определяется как система с использованием изображений, в которой игроки участвуют в искусственном конфликте, основанном на определенных правилах, исполнение которых ведет к тому или иному результату, запланированному разработчиками. Поскольку речь идет о конфликтах, правилах и целях, в игровой процесс неизбежно вовлекаются ценности.

В социологической науке определение ценности трактуется в нескольких вариациях. Основываясь на взглядах М. Вебера, ценности составляют некое благо. По мнению Э. Дюркгейма, ценности существуют в объективной реальности. Опираясь на определения, обозначенные в социологической литературе, ценности можно обозначить как результаты или продукты разнообразной деятельности, которые удовлетворяют какие-либо материальные или духовные потребности людей различных социальных групп.

Согласно научно-обоснованной классификации ценностей, которую предложил В. П. Бранский, ценности можно подразделить на утилитарные и духовные. Первые способны принести людям пользу посредством удовлетворения материальных потребностей (в пище, жилище, услугах и т.п.) или посредством осуществления (удовлетворения) правовых потребностей людей (социальных групп). Духовные ценности удовлетворяют потребности людей (социальных групп) в совершенствовании, развитии их духовного мира, в насыщении сознания и души человека знаниями, чувствами, идеалами.

В видеоиграх актуализируются ценности, обладающие выразительностью. Они способны при восприятии и их понимании передавать людям или формировать у них социальные чувства или знания. Структура ценностей в видеоиграх включает:

- 1) нравственные ценности, например, такие как: вежливость, честь, достоинство, самопожертвование, мужество;
- 2) эстетические ценности (художественные произведения искусства, произведения различных исторических эпох и народов, такие как картины, статуи в видеоиграх);
- 3) мировоззренческие ценности (идеологические символы);
- 4) научные ценности – знаковые системы, передающие игрокам накопленные в науке знания о мире.

Предполагается, что ценности в видеоиграх имеют скорее практический, чем теоретический характер. С их помощью разработчик может стимулировать игровой процесс, создавать баланс между участниками игрового мира, манипулировать игроками. Убеждения и идеалы в видеоиграх могут быть структурированы с помощью разнообразных источников (формальных, технологических, социальных), являться результатом сознательного выбора геймера, зависеть от других игроков, от финансовых интересов компаний и т.д.

Вопрос о ценностях проявляется уже на этапе производства видеоигр. Разработчики создают игровой мир, в который инкорпорированы определенные ценности. Прежде всего, это те ценности, которые характерны для игры как таковой: воли к победе, азарта, соперничества, командной игры, доверия и т.д. [3; 4] Отметим, что различные игры поддерживают различные ценности: например, в командных играх важна ценность сотрудничества, а в индивидуальных – соперничества, поэтому футбол и бокс, например, представляют различные формы ценностного самовыражения игроков. Некоторые компьютерные игры выражают спортивные ценности, некоторые – ценности пассивного досуга [1]. Соответственно, частично аксиосфера видеоигры определяется ее жанром: ценности шутера отличаются от ценностей экономической стратегии или ролевой игры. Однако нельзя сказать, что структура игры навязывает игроку определенные ценности: в равной степени и сами игроки выбирают те игры, в структуре которых находятся ценности, конституирующие игру.

Опираясь на социологические теории постструктурализма (Ж. Деррида, Ж. Бодрийяр, Р. Барт, Ж. Лакан и др.), можно провести семиотическое истолкование реальности. Семантическую структуру можно сравнить с синтаксисом языка видеоигр в том смысле, что она подразумевает отношение между игровыми элементами, так же как сочетание элементов, которое порождает смысл текста.

Определенные ценности не инкорпорированы в структуру сознательно, а конструируются разработчиками. Для видеоигры создается целый мир, и без ценностей, определяющих стратегии игроков, этот мир останется безжизненным набором фактов и образов. Джонатан Бельман рассмотрел 15 инструментов, благодаря которым ценности конструируются в игре: повествовательная предпосылка и цели; персонажи; доступные действия; выбор игрока; правила взаимодействия с другими игроками и неигровыми персонажами; правила взаимодействия с окружающей средой; точка зрения; аппаратные средства; интерфейс; игровой движок и программное обеспечение; контекст игры; награды; стратегии; игровые карты; эстетика [6, р. 33-34]. Соответственно, актуализация игровых ценностей зависит не только от структуры, но и от сознательно сконструированного контекста игры [7, р. 10].

М. Фланаган и Х. Ниссембаум в работе «Ценности в видеоиграх» утверждают, что сконструированные ценности должны устанавливать стандарты и вдохновлять игрока на их достижение. Разработчик, следуя определенным положениям, должен активно искать возможности для проблематизации собственной деятельности. Существует так называемый эвристический метод построения внутриигровых ценностей, позволяющий критически оценивать последствия их разработки. Этот метод состоит из трех этапов: выявления, реализации и проверки значений. Первый компонент посвящен описанию того, какие именно ценности несет в себе дизайн игры, а также соответствуют ли эти ценности первоначальным намерениям разработчика. Сегмент «реализация» направлен на решение конкретных проблем, таких как возникновение расхождений между противоположными ценностями, которые требуют обоснованного решения либо об устранении, либо о смягчении конфликта. Компонент «проверка» используется для выявления характера реализации ценностей в геймплее и мнений об этом игроков [6, р. 114].

Разработчики посредством видеоигр способны манипулировать ценностями игрока. Трансляция ценностей может быть оценена путем измерения изменений в поведении, знаниях или отношениях участников игрового процесса. В своей статье Себастьян Генво отмечает, что игры также могут использоваться для трансляции позиций по поводу серьезных социальных проблем и стимулирования общественных дебатов [8, р. 103], что может привлекать внимание аудитории и способствовать принятию четких позиций по поводу той или иной ценности.

Чтобы должным образом решить проблему влияния аксиосферы игры на геймера, следует обратиться к социально-психологическим подходам в изучении ценностей. В трудах В. Вундта, Р. Зайонца, Дж. Барга отмечается, что мозг человека производит интуитивные эмоциональные реакции почти на все стимулы, имеющие отношение к морали [2, р. 104-105]. Теория моральных эмоций, адаптированная к игровому опыту, может способствовать пониманию влияния ценностей на игроков, поскольку ценности обладают эмоциональной составляющей (в частности, когнитивные теоретики рассматривают эмоции как суждения о ценностях) [5]. Таким образом, анализ эмоций, которые пытается стимулировать видеоигра, ее персонажи, цели и события могут быть способом раскрытия передаваемых ценностей.

Эмпирическая база исследования. С помощью метода качественного контент-анализа исследованы одни из самых популярных видеоигр по версии Steam Community – платформы для многопользовательских игр (World of Warcraft, Dungeons & Dragons, Spec Ops: The Line, Doom, Grand Theft Auto V и т.д.).

Целью анализа является выявление превалирующих ценностей, способы реализации ценностей и характера манипулирования ими в анализируемых компьютерных играх.

World of Warcraft. Поведение игроков MMORPG World of Warcraft, возникающее в процессе игры, можно описать с помощью такой ценности, как *щедрость*. Игроки могут делиться игровыми артефактами и экипировкой друг с другом. При этом высокоуровневые игроки, для которых определенные предметы уже не нужны, как правило, передают предметы игрокам меньшего уровня. В самой игре такие действия не вознаграждаются, поэтому их можно интерпретировать в качестве безвозмездной помощи. Однако, как отмечают исследователи «как и в реальном мире, существуют социальные награды за щедрость, например, помогая “новичку”, опытный игрок может заработать лояльность нового игрока в игровом мире» [8]. Таким образом, поддержка становится неотъемлемой частью MMORPG.

Соответственно, в рамках данной игры (точнее, в рамках непосредственного социального взаимодействия игроков) спонтанно возникает такая ценность, как *сотрудничество*. В World of Warcraft существует режим «PvP» (игрок против игрока), в котором игроки объединяются в группы, сражаясь с противниками. Каждый из игроков выполняет свою роль для достижения победы. Если игроки не используют свои способности в полной мере, не помогают своим союзникам, то их ждет поражение. Таким образом, ценность щедрости помогает реализации ценности сотрудничества.

Однако не во всех MMORPG предусмотрена безвозмездная щедрость. В видеоигре Asheron's Call, например, наставничество вознаграждается материально, выражаясь в процентах от очков опыта подопечного.

Grand Theft Auto V. Существуют и такие игровые сегменты, в которых ценности полностью нивелируются. В компьютерной игре Grand Theft Auto V намеренно репрезентируются значения, *противоположные идеалам справедливости, равенства, безопасности, свободы*. Перечисленные ценности нарушаются благодаря различным элементам повествования и геймплея. Основным компонентом сюжета видеоигры является выполнение миссий, которые зачастую предполагают совершение убийств, грабежей, насильственных действий. Главный герой – профессиональный грабитель, а предлагаемые задания зачастую ставят игрока в условия совершения действий, противоречащих нормам морали.

Spec Ops: The Line. Компьютерная игра Spec Ops: The Line стремится вызвать эмоции отвращения к войне, тем самым косвенно поддерживая ценность *ненасилия*, в то время как большая часть шутеров скорее, поддерживает ценности, ассоциируемые с насилием (Doom, Blood и т.д.). В то же время, нельзя сказать, что эти игры обязательно провоцируют насилие: они, напротив, могут пониматься как варианты сублимации агрессивных импульсов, их перевода в социально приемлемое русло.

Dungeons & Dragons. Довольно популярная серия настольных ролевых игр в жанре фэнтези Dungeons & Dragons, адаптированных для компьютеров и игровых приставок, является примером того, как ценность *терпимости* может быть нарушена игровой механикой. В Dungeons & Dragons игрок взаимодействует с разными неигровыми персонажами (NPC). В игре имеются возможности общения, обмена товарами, покупки и продажи и т.д. NPC представляют различные игровые расы, которые, согласно концепции игры, находятся в антагонистических отношениях. Соответственно, если неигровой персонаж представляет расу, враждебную игроку, возможность взаимодействия с ним сужается. Ни переговоры, ни бартер здесь невозможны: игровой курсор при наведении на такого NPC превращается только в меч. Это не обозначает, что игрок должен применить насилие по отношению к NPC. Неприятие вызывает лишь тот факт, что единственно возможной формой социального взаимодействия игроков с целой игровой расой является насилие. Возможность действовать более толерантно в рамках игры, позволило бы сделать игровой опыт намного богаче.

Таким образом, по итогам проведенного социологического исследования были сделаны следующие выводы.

1. Ценности, проявляющиеся в видеоиграх, реализуются в конкретных действиях игроков в игровом мире, а также могут влиять на его поведение в реальном мире.
2. Воздействие ценностей можно оценить путем измерения изменений в поведении и отношениях участников игрового процесса.
3. Часть игровых ценностей инкорпорировано в игры на уровне структуры, часть – сознательно задана разработчиками для привлечения игроков, при этом многими ценностями можно манипулировать, косвенно формируя ценностные приоритеты человека по отношению к игровому и к реальному миру. Это значит, что человек должен четко осознавать характер воздействия игровых ценностей на свое сознание, осознавать их источник и уметь критически их оценивать.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ковадин М. А., Фофанова К. В. Развитие киберспорта в России: региональные различия // Гуманитарные и политико-правовые исследования. – 2019. – № 1 (4). – С. 73–81.
2. Козлова М. А., Симонова О. А. Моральные эмоции в ряду механизмов социального сплочения // Вестник ПСТГУ. – 2016. – № 3, вып. 4. – С. 103–119.
3. Сычев А. А. От игры к доверию: роль игровых практик в формировании социального капитала // Этическая мысль. – 2018. – Т. 18. № 2. – С. 138–144.

4. Сычев А. А. Формирование доверия в пространстве игры // Вестник Кыргызско-Российского славянского университета. – 2018. – Т. 18. № 10. – С. 87–90.
5. Bogost I. Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames. – Cambridge, Mass., USA: MIT Press, 2007. – 464 p.
6. Flanagan M., Nissenbaum H. Values at Play in Digital Game. – Cambridge, Mass., USA: MIT Press, 2014. – 207 p.
7. Flanagan M., Nissenbaum H., Belman J., Diamond J. A Method for Discovering Values in Digital Games // 3rd Digital Games Research Association International Conference: «Situating Play». – Tokyo: DiGRA, 2007. – Pp. 752–760.
8. Genvo S. Defining and Designing Expressive Games: The Case of Keys of a Gamespace // Kinephanos. – April 2016. – Special Issue. – Pp. 90–106.

КАСАТКИНА Н. П., НОВОСЛОВ А. Е., ШУМКОВА Н. В.
РЕЗЮМЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ИССЛЕДОВАНИЯ
НЕРАВЕНСТВА НА РЫНКЕ ТРУДА¹

Аннотация. В статье на основе обзора зарубежных и отечественных публикаций рассмотрены возможности резюме как инструмента получения первичных социологических данных о проявлениях неравенства на рынке труда. Показаны возможности использования резюме в исследованиях как с количественной, так и с качественной методологией.

Ключевые слова: методы социологического исследования, дискриминация, неравенство, резюме, рынок труда.

KASATKINA N. P., NOVOSLOV A. E., SHUMKOVA N. V.
RÉSUMÉ AS A TOOL FOR STUDYING
INEQUALITY IN THE LABOR MARKET

Abstract. Based on an overview of foreign and domestic publications, the article discusses the résumé as a tool for obtaining primary sociological data on manifestations of inequality in the labor market. The possibilities of using résumés in studies with both a quantitative and a qualitative methodology are shown.

Keywords: methods of sociological research, discrimination, inequality, résumé, labor market.

Трансформация института содействия занятости сопровождается ростом разнообразия его организационных форм. Так, работодатели и соискатели все чаще используют интернет, для размещения вакансий и поиска работы создано множество онлайн сервисов и платформ, таких как *HeadHunter*, *SuperJob*, *Работа.Ру* и др. Они расширяют спектр коммуникационных каналов между работодателями и соискателями рабочих мест. Так, по данным исследования «Выпускник вуза на рынке труда», при поиске работы молодежь активно использует не только традиционные неформальные каналы социальных сетей знакомств, родственных и дружеских связей (67 %), но и виртуальные социальные сети и интернет-площадки для поиска работы (59 %) [1].

В условиях расширения каналов взаимодействия между работодателями и соискателями, основным инструментом коммуникации становится резюме. По словам С. А. Ярцева «письменное общение в форме резюме» является «начальной стадией диалога

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ и Правительства Республики Мордовия в рамках научного проекта «Социальное пространство рынка труда Республики Мордовия: самозанятость молодежи» (№ 18-411-130016 p_a).

между потенциальным работником и работодателем» [2, с. 26]. Резюме не только выполняет функции презентации кандидата на должность, но и отвечает коммуникативным интересам нанимателя.

По данным специалистов в области менеджмента и маркетинга, практически 100 % работодателей оценивают кандидатов на основе резюме [3]. Резюме становится главным фактором, определяющим перспективы трудоустройства соискателя. На повышение значимости этого документа указывают как специалисты в сфере рекрутинга [4; 5], так и представители академического сообщества [6; 7; 8].

Резюме – своего рода пропуск на следующие этапы отбора на должность. Релевантно оформленное требованиям работодателя, оно выступает значимым фактором конкурентоспособности на рынке труда. Так, среднестатистический работодатель тратит всего восемь секунд на одно резюме, поэтому шансы у соискателя невелики. Если «зацепит», то прочтут внимательно, если нет – забудут [4].

Резюме – это документ, который не имеет строго определенной структуры, однако представляет собой особый вид текста с иерархической структурой, где представлены как формализованные, так и неформализованные элементы [9].

Содержательно резюме обязательно предполагает контактные данные, сведения об образовании, опыте работы, профессиональных навыках и личных качествах, социально-демографических характеристиках. Кроме того, залогом успешного резюме является единый стиль; структурированность, упорядоченность и краткость информации; конкретная формулировка желаемой должности, в соответствии с вакансией; описание навыков, знаний и умений; описание опыта работы с указанием обязанностей и достижений; указание достоинств кандидата на должность [7].

Информационный потенциал, коммуникационные свойства резюме и масштабы его распространенности во взаимодействии соискателей и работодателей, повышают привлекательность этого документа как инструмента решения исследовательских задач. Рост интереса к резюме с точки зрения источника первичной социологической информации объясняется следующими причинами:

Во-первых, доступностью информации, снижением временных и финансовых затрат ее получения. В частности, Л. Осиленкер, обосновывая свое обращение к контент-анализу электронных резюме, утверждает, что «данный метод позволяет построить выборку, репрезентативную относительно изучаемого круга специальностей (что невозможно при анализе, например, трудовых книжек на определенных предприятиях). Кроме того, он позволяет изучать респондентов из различных городов России. Единственным недостатком предлагаемой методики является специфичность респондентов-пользователей интернета,

однако и он в большой степени нивелируется наличием большого количества специализированных агентств, помещающих резюме в интернет за соискателей» [10, с. 46].

Во-вторых, отсутствием значимого влияния на объект исследования. При анализе резюме, как в случае любого другого документального анализа, связь исследователя с объектом его исследования опосредована документом.

В-третьих, нарастанием «кризиса» традиционных опросных методов получения социальной информации (проблема снижения *response rate*) [11].

Опыт использования резюме как источника первичной социологической информации наработан как в зарубежной, так и в отечественной академической практике. Резюме используются в исследованиях как с количественной, так и качественной методологией, а также в комбинации методов (*mixed methods research*).

К разновидности количественного исследования можно отнести экспериментальный метод, получивший название «теста по резюме», суть которого состоит в массовой рассылке фиктивных пар резюме в включением/исключением из текста определенной социально-демографической информации о соискателе.

Впервые он был применен английскими исследователями *R. Jowell* и *P. Prescott-Clarke* для выявления этнической дискриминации при найме. Рассылка 256 резюме на 128 вакансий выявила, что английские работники при прочих равных условиях приглашались на собеседование в два раза чаще, чем выходцы из стран Азии [12].

В 2004 г. американскими учеными *M. Bertrand* и *S. Mullainathan* в ответ на 1 300 газетных объявлений о приеме на работу осуществлена рассылка 5 000 резюме, где имена соискателей имели выраженные расовые признаки. Как показало исследование, шанс попасть на дальнейшее собеседование у представителя «белой» расы оказывается в два раза выше, что позволило исследователям сделать вывод, что «дифференцированное отношение к расе по-прежнему остается заметным на рынке труда США» [13].

Используя рассматриваемый метод, Е. А. Клепикова исследовала проблему дискриминации работников старших возрастов на российском рынке труда. Рассылка 682 резюме на 341 вакансию и анализ полученных от работодателей ответов показал довольно высокий уровень возрастной дискриминации: «вероятность получения приглашения на интервью для кандидата в возрасте 48 лет составляет 24–32 %, тогда как для кандидата в возрасте 29 лет – 45–52 %» [14, с. 64]. Анализируя преимущества выбранного метода, Е. А. Клепикова указывает на то, что современные технические возможности, предоставляющие возможность массовой рассылки резюме, повысили привлекательность данного метода в глазах исследователей.

Несмотря на потенциал резюме как инструмента количественного исследования, все же более популярным является использование его как источника данных для качественного анализа. Сочетание стандартизированных данных и неформализованных элементов позволяет социологу получить достаточно интересные результаты. Обычно материал для анализа содержится в той части, где соискатель в «свободной» форме сообщает работодателю информацию о себе. Здесь открываются возможности для таких методов как лингвосемантический анализ, нарративный анализ и т.д.

Резюме выполняет «функцию самопрезентации автора текста» [15] и каждый соискатель вносит свой смысл в содержание информации, обеспечивающей, на его взгляд, успех у работодателя. Авторы резюме демонстрируют «лингвокультурное разнообразие в формировании собственного положительного имиджа. Используемые языковые средства отражают нормы поведения в практической ситуации трудоустройства» [16, с. 81].

Анализ текста резюме с помощью качественных методов позволяет раскрыть факторы неравенства на рынке труда. Так, по данным анализа, проведенного С. А. Ярцевым, на успешность самопрезентации наиболее существенное влияние оказывает социально-профессиональная принадлежность и уровень образования автора-соискателя. Те кандидаты, которые претендуют на занятие должностей служащих, в целом лучше справляются с задачей самопрезентации, чем авторы, которые хотели бы получить должность рабочего [2].

Влияние социально-статусных характеристик и ценностных ориентаций соискателей на «успешность» резюме подтверждается данными исследований сербских ученых Н. Симич, М. Вукелича и В. Чоржевича [17]. Объектом их анализа были тексты «неподходящих» резюме, которые «отсеяли» работодатели. Форма и содержание 50 резюме были проанализированы с использованием качественно-количественного контент-анализа и индуктивного подхода. Выявлено, что они отличались не только по формальным признакам, но и по содержанию. Отражаемые профессиональные качества не отвечали требованиям информативности, предыдущий опыт работы упоминался без указания конкретного места или работодателя, чаще присутствовала фраза о готовности к любой работе. Еще одна черта такого резюме – указание на сложное финансовое положение и семейные трудности. Используя концептуальную рамку теории культурный измерений Г. Ховстеде [18] исследователи пришли к выводу о конфликте носителей двух систем ценностей в Сербии: авторов «неподходящих» резюме, придерживающихся коллективистских и феминных ценностей труда и работодателей, ориентированных на индивидуалистические и маскулинные ценности.

Зарубежные исследователи *A. Hiemstra*, *E. Derous* и др., [19] изучали «этнический эффект» в резюме. Сравнительный анализ текстов от представителей коренных и

некоренных этнических меньшинств показал, что более низкое социально-экономическое положение и человеческий капитал последних существенно влияет на качество их самопрезентации. В частности, резюме отличаются по структуре и грамматике, в них сравнительно редко указывается опыт саморазвития и самообучения. Соответственно некоренные этнические меньшинства имеют более низкий рейтинг пригодности к работе.

S. K. Kang, K. A. DeCelles и др. [20] изучали практики сокрытия соискателями своих расовых признаков – так называемое «отбеливание резюме». Было выявлено, что несмотря на «отбеливание» данных, в большинстве своем такие резюме сохраняют свои социокультурные особенности, не свойственные этническому большинству. При этом содержат меньше информации об опыте работы, месте обучения, навыках.

Таким образом, использование резюме как инструмента исследования дискриминации и неравенства на рынке труда имеет значительный потенциал. В академической практике свою эффективность подтвердил такой метод как «тест на резюме», который можно рассматривать как вариант количественного исследования. Он позволяет выявлять проявления возрастной, этнической, расовой дискриминации. Резюме выступает также как источник данных для лингвосемантического, нарративного, контент-анализа. Получаемая в данном случае информация позволяет выявить зависимость между качеством самопрезентации и уровнем образования, социокультурными характеристиками соискателей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Поведение выпускников вузов Республики Мордовия на рынке труда: бюллетень Научного центра социально-экономического мониторинга [Электронный ресурс] / Науч. центр соц.-экон. мониторинга; под ред. И. М. Фадеевой. – Электрон. текст. дан. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2019. – № 4. – Режим доступа: <http://ncsem.e-mordovia.ru/Documents/Publications/978-5-7103-3937-4.pdf>.
2. Ярцев С. А. Резюме как жанр деловой коммуникации: автореферат дисс. ... канд. филол. наук. – Ростов-на-Дону, 2012. – 28 с.
3. Авруцкая С. Г., Воробьева Т. Ю. Современные методы отбора персонала в России // Успехи в химии и химической технологии. – 2014. – № 4. – С. 107–109.
4. Якуба В. Практические примеры «подгонки» резюме под конкретные вакансии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hr-tv.ru/articles/author-opinion/vosem-sekund-vpechatlenij-ili-prakticheskie-primery-podgonki-rezjume-pod-konkretnye-vakansii.html> (дата обращения 20.04.2020).

5. Владимирская А. Как сделать так, чтобы резюме продавало [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/flood/4369-best-cv> (дата обращения 15.03.2020).
6. Глотова Е. Е. Самопрезентация выпускника вуза как один из способов эффективного трудоустройства // Проблемы педагогики. – 2015. – № 2. – С. 113–116.
7. Лисовская Н. Б., Трощинина Е. А. Способность к самопрезентации как фактор карьерной готовности выпускника вуза // Вестник ГУУ. – 2012. – № 13. – С. 271–277.
8. Савенкова Е. С. К вопросу о современных подходах в обучении студентов оформлению деловых документов (жанр резюме) // Труды НГТУ им. Р. Е. Алексеева. – 2013. – № 4. – С. 290–296.
9. Коряковцев М. А. Модель «предсказания» словоформы неформализованной части электронного резюме: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Тюмень, 2017. – 20 с.
10. Осиленкер Л. Траектория карьеры-кривая смены профессий: социологическое исследование // Инновации в образовании. – 2005. – № 6. – С. 46–54.
11. Корытникова Н. В. О проблемах в методах техники ведения опросов // Социологические исследования. – 2012. – № 4. – С. 153–155.
12. Jowell R., Prescott-Clarke P. Racial discrimination and white-collar workers in Britain // Race. – 1970. – Vol. 11, No. 4. – Pp. 397–417.
13. Bertrand M., Mullainathan S. Are Emily and Greg more employable than Lakisha and Jamal? A field experiment on labor market discrimination // American economic review. – 2004. – Vol. 94, No. 4. – Pp. 991–1013.
14. Клепикова Е. А. Возрастная дискриминация при найме: результаты экспериментального исследования // Экономическая политика. – 2019. – № 2. – С. 64–89.
15. Ярцев С. А. Эффективность предоставленной автором резюме дополнительной информации с точки зрения решения стоящей перед ним коммуникативной задачи // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. – 2012. – № 5. – С. 95–99.
16. Зеленина Т. И., Тойкина О. В. Лингвокультурные аспекты самопрезентации соискателя в ситуации трудоустройства // Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология». – 2015. – № 5. – С. 81–88.

17. Simić N., Vukelić M., Đorđević V. Self-Presentation in «unsuitable» resumes: a case from Serbia // SOCIOLOGIJA. – 2013. – № 4. – Pp. 503–518.
18. Hofstede G. Culture's consequences: International differences in work-related values. – Newbury Park, CA: SAGE Publications Inc., 1980. – 327 p.
19. Hiemstra A. M. F., Derous E., Serlie A. W., Born M. P. Ethnicity Effects in Graduates Resume Content Applied // Psychology: An International Review. – 2012. – Pp. 1–27.
20. Kang S. K., DeCelles K. A., Tilcsik A., Jun S. Whitened Resumes: Race and Self-Presentation in the Labor Market // Administrative Science Quarterly. – 2016. – Pp. 1–34.

БОГАТОВА О. А., РЯБОВА Е. Ю.

СОЦИАЛЬНАЯ ПАМЯТЬ В СЕМЬЯХ ЖЕРТВ

ПОЛИТИЧЕСКИХ РЕПРЕССИЙ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ¹

Аннотация. В статье, основанной на данных качественного социологического исследования, выявляются основные социальные характеристики семейной памяти о раскулачивании и политических репрессиях первой половины XX века в отношении социальных групп на территории Мордовии и основные факторы, влияющие на ее формирование и трансляцию. Оценивается конфликтогенный потенциал коллективной памяти о репрессиях.

Ключевые слова: социальная память, коллективная травма, политические репрессии, раскулачивание, проработка прошлого.

BOGATOVA O. A., RYABOVA E. YU.

SOCIAL MEMORY IN THE FAMILIES OF POLITICAL

REPRISAL VICTIMS: A REGIONAL STUDY

Abstract. The paper, based on the data of a qualitative sociological research, reveals the basic social characteristics of family memory of the peasant's expropriation and political reprisals of the first half of the XX century among social groups on the territory of Mordovia. The major factors influencing the formation and translation of the family memory are studied. The assessment of the conflict potential of collective memory of reprisals is provided.

Keywords: social memory, collective trauma, political reprisals, expropriation, working through the past.

Предметом данного исследования являются социальные характеристики семейной памяти о раскулачивании и политических репрессиях первой половины XX в. на территории Мордовии (Мордовской АССР). В процессе качественного социологического исследования в 2019-2020 гг. было опрошено 18 человек. В качестве метода сбора социологической информации использовался метод глубинного интервью, анализа социологических данных – методы конденсации и интерпретации смысла. В исследовании использовалась теоретическая выборка. В соответствии с целями и задачами исследования было опрошено 5 потомков осужденных или арестованных по политическим статьям (крестьян-единоличников, духовенства, интеллигенции), 10 потомков раскулаченных крестьян, 3 потомков православных священнослужителей, отнесенных по Конституции РСФСР 1920 г. к

¹ Статья подготовлена при поддержке гранта № 19-511-60005 ЮАР_т Российского фонда фундаментальных исследований, научно-исследовательский проект «Наследие расчеловечивания: транснациональная перспектива».

категории лиц, лишенных избирательных прав («лишенцев»). Выборочная совокупность включала 4 мужчин и 14 женщин, в том числе уроженцев различных административных районов Мордовии и представителей наиболее многочисленных этнических групп населения республики: русские (Ардатовский, Ельниковский, Ромодановский районы), мордва-мокша (Зубово-Полянский район), мордва-эрзя (Атяшевский и Ичалковский районы). Двое из опрошенных относились непосредственно к числу детей репрессированных, большинство респондентов представляли третье-четвертое поколение потомков лиц, подвергшихся репрессиям.

Цель исследования заключалась в выявлении особенностей коллективной памяти о советских репрессиях в отношении социальных групп в периферийном аграрном регионе – Мордовской АССР (Республика Мордовия. К числу задач исследования относились:

1) идентификация субъектов формирования и трансляции коллективной памяти о репрессиях (семья, родственные или более широкие социальные группы);

2) выявление основных социальных факторов, влияющих на формирование и трансляцию социальной памяти о репрессиях в отношении социальных групп на институциональном уровне (занятость, образование, пенитенциарные и правоохранительные учреждения, историческая политика, государственная политика в отношении лиц, подвергшихся репрессиям, включая раскулачивание, и членов их семей), групповом (соседи, коллеги по работе, дальние родственники) и микроуровне (семья), в советский и постсоветский периоды;

3) оценка степени воздействия на коллективную память институциональных «мест памяти», включая архивы, музеи, публикации в средствах массовой информации и неперIODических изданиях, интерактивные базы данных, общественные организации;

4) конкретизация содержания социальных травм, связанных с репрессиями в отношении социальных групп, на индивидуальном и семейном уровне и их влияния на формирование индивидуальной, семейной и более широкой групповой идентичности;

5) оценка степени сходства и ценностной однородности семейных исторических нарративов о репрессиях и их социальных последствиях;

6) оценка конфликтогенного потенциала коллективной памяти о репрессиях в аспекте обвинения конкретных социальных групп, отдельных лиц и их потомков.

В качестве теоретико-методологической основы использовались социальные теории коллективной памяти (М. Хальбвакс, П. Нора, А. Ассман, М. Хирш), исторической политики (А. Ассман, О. Ю. Малинова, А. И. Миллер), травмы социальных изменений (П. Штомпка, С. А. Ушакин).

Современные социальные науки рассматривают коллективную память в качестве определенного режима формирования, сохранения и воспроизводства индивидуальных воспоминаний о социально значимых событиях, «собирающего понятия для совокупности воспоминаний, ... вместилища и рамок для определенных меморативных актов» [4, с. 216]. Междисциплинарные исследования социальной памяти, в отличие от традиционного профессионального исторического подхода, рассматривающего личные и коллективные нарративы (повествования, предлагающие связную картину цепи исторических событий [5, с. 129]) о прошлом в качестве одного из источников научного знания, видит в ней прежде всего предмет социального конструирования и манипуляций, конфликта интерпретаций прошлого.

Социологический подход к проблематике социальной памяти впервые был сформулирован в книге «Социальные рамки памяти» (1925) М. Хальбвакса, который, исходя из концепции «коллективных представлений» Э. Дюркгейма, ввел в академический дискурс понятие-метафору коллективной памяти [9]. П. Нора констатирует зависимость коллективной памяти от наличия «мест памяти» – институциональных источников знания о прошлом, включая «музеи, архивы, кладбища, коллекции, праздники, годовщины, трактаты, протоколы, монументы, храмы, ассоциации» [6, с. 26]. М. Хирш анализирует феномен «постпамяти», которая заключается в личной идентификации с чужой памятью и передаче воспоминаний из поколения в поколение посредством межличностной коммуникации, в результате которой «связь с прошлым в постпамяти образуется не за счет процесса «припоминания», но за счет вовлечения воображения и проецирования» [10], относя к феноменам постпамяти относится, например, семейную память, включая рассказы детям родителей о воспоминаниях, которыми с ними делилось старшее поколение, а также «аффилируемую» память, передаваемую посредством музеификации, литературы и т.д.

По мнению А. Ассман, «память и история... не находятся в оппозиции друг к другу. Это значит, что воспоминания осуществляются в поле напряжения между субъективным опытом, научно объективированной историей и культурной коммеморацией» [4, с. 216]. А. Ассман различает коммуникативную память, возникающую и функционирующую в определенном социальном окружении благодаря регулярному общению и совместному опыту [4, с. 217], коллективную память, носящую политический характер, базирующуюся на определенном политическом сообществе и характеризующуюся распределением символических ролей (победители и побежденные, жертвы и преступники) [4, с. 222-223], и культурную память, трансформирующую индивидуальные воспоминания в культурные институты и артефакты – памятники, архитектурные сооружения, коммеморативные ритуалы и празднества и т.п. [4, с. 231].

В исследованиях социальной памяти о катастрофических событиях XX в. одно из центральных мест занимает понятие социальной травмы и синонимичные ему концепты коллективной и культурной травмы. В современных trauma studies проблематизируются социальная природа травмы и ее связь с конкретными историческими событиями, социальная субъектность и структура травмы как процесса, включающего такие элементы, как «природа боли, природа жертвы, связь жертвы травмы с более широкой аудиторией, распределение ответственности» за причины травмы [2, с. 21-23]. В социологии преобладает подход к травме как феномену, социально сконструированному посредством определения «носителями травмы» социальной ситуации в качестве травматической и легитимации этого определения широкими слоями общества.

Наиболее близкое к обыденному определение травмы, по характеристике С. А. Ушакина, заключается в ее восприятии в качестве «единовременного события, которое резко изменило жизнь, и как процесса, который продолжает оказывать воздействие на отношение людей к своему прошлому и на их восприятие своего настоящего и будущего» [8, с. 7]. Дж. Александер отвергает это определение, квалифицируя его как «натуралистическую ошибку», разновидностью которой является психоаналитическое определение травмы как когнитивного искажения и постстрессового травматического расстройства, которое на коллективном уровне можно преодолеть, устранив «вытеснение» травмы из коллективной памяти «посредством публичных действий, направленных на сохранение памяти о событии, репрезентации в культуре и общественной политической борьбы» [2, с. 14-15].

Исходя из конструктивистского подхода к социальным проблемам, рассматривающего их определение и признание в качестве таковых как результат действий социальных агентов, которые «отстаивают свое понимание социальных условий и действуют в соответствии с ним» [7, с. 160], он использует понятие культурной травмы, описывая ее как разделяемую коллективными акторами и признанную «более широкой аудиторией» репрезентацию тех или иных событий в качестве угрозы коллективной идентичности того или иного сообщества. Таким образом, Александер акцентирует внимание на отсутствие автоматической причинно-следственной связи травмирующего события и культурной травмы, представляя последнюю в качестве «социологического процесса, который определяет болезненную рану, нанесенную сообществу, устанавливает жертву, возлагает ответственность и распределяет идеальные и материальные последствия» [2, с. 32]. П. Штомпка определяет культурную травму как «стресс, вызванный социальными изменениями, которые касаются сферы культуры, а в итоге также коллективной и индивидуальной идентичности» [11, с. 491].

Р. Айерман придерживается более объективистской точки зрения, подчеркивая причинную обусловленность определения события как травмы. В связи с этим он различает такие явления, как индивидуальная, коллективная и культурная травма [1, с. 123-124], определяя последнюю как публичный дискурс, а также «процессы создания смыслов и атрибуций, длящуюся борьбу, в которой разные индивиды и группы стремятся определить ситуацию, управлять ею и контролировать ее» [1, с. 124-125]. Если культурная травма представляет собой социальный конструкт, то индивидуальная и коллективная травма, обусловленные социальными причинами – это прямой результат «шокирующих событий», не зависящие от их признания в обществе и распределения ролей жертв и виновных: «Как и индивидуальная травма, кризис на уровне общества — это одновременно и потрясение привычных шаблонов и идентичностей, и новые возможности, поскольку для натренированного взгляда он раскрывает то, что иначе остается глубоко запрятано» [1, с. 123].

Таким образом, анализ ситуации в современных исследованиях памяти позволяет выявить такие проблемные пункты в соотнесении с целью исследования массовых репрессий первой половины XX в. в регионе, как сконструированный и неполный характер репрезентаций исторического прошлого, содержание которых зависит от степени легитимации памятования о тех или иных событиях и «мемориального менеджмента» [3, с. 305], обеспеченного ресурсами на макросоциальном уровне, а также прямая и обратная связь меморизации коллективных травм с конструированием «сообществ памяти». Травма может способствовать формированию или трансформации групповой идентичности, но, с другой стороны, она нуждается в сообществе либо в создании институциональных «мест памяти» для определения социальной ситуации в качестве травматической и сохранения памяти о ней.

Основным субъектом социальной памяти о репрессиях в отношении отдельных социальных групп в советский период, выделенных по принципу происхождения или занятий, является семья; значительно в качестве таких субъектов выступают вернакулярные поселенческие общности, все члены которых подвергались преследованиям вследствие сохранения индивидуального способа ведения крестьянского хозяйства («Дикий поселок» в Zubovo-Polyanskom районе, татарские села Ельниковского района). В постсоветский период на фоне изменения отношения в обществе к раскулаченным и деятельности государственных (правоохранительные органы) и негосударственных («Мемориал» и правозащитные организации) институтов в отдельных случаях имеет место формирование более широких социальных агентов меморизации, в условиях массовой миграции представляющих собой скорее номинальные, чем реальные социальные общности («потомки

крестьян Ельниковского района»), однако территориальные сообщества в качестве субъектов памяти о репрессиях представляют собой скорее исключение и имеют тенденцию к размыванию.

Формирование семейного нарратива о репрессиях и преследованиях (в форме лишения гражданских прав, дискриминации при приеме на учебу, работу, в советские общественные организации) и его сохранность в процессе межпоколенной трансляции зависят от ряда институциональных, групповых и межличностных факторов. Рассказывая о событиях, связанных с репрессиях в отношении их семей, и способах выживания в условиях преследований со стороны советской власти, респонденты утверждают, что их предки были лояльными по отношению к ней, не принимали участия в антисоветской агитации и не относились к числу «эксплуататорских» групп населения (не использовали наемный труд) и подвергались преследованиям незаконно даже с позиций советского законодательства, вследствие своего образа жизни (малый бизнес, кустарные промыслы, священство, статус церковного старосты) и/или религиозных убеждений.

К последствиям репрессий они относят моральный и материальный ущерб, выразившийся в гибели их предков в местах лишения свободы (вследствие смертной казни или условий содержания), потере источников средств к существованию в виде крестьянского хозяйства или бизнеса, жилья и другой недвижимости, личного имущества вплоть до одежды и обуви, рабочего места, авторских рукописей, ссылке или вынужденной смене места жительства. Респондентам известны случаи удачных или неудачных попыток возвращения утраченного имущества или получения компенсации репрессированными семьями, однако семьи большинства из них не предпринимали попыток реституции либо не могли добиться успеха из-за отсутствия необходимых документов или невозможности собрать свидетельские показания.

К числу упомянутых респондентами способов выживания репрессированных и членов их семей относятся практики, затрудняющие их социальную идентификацию государством, включая побег из ссылки, смену занятий, переезд в другую союзную республику, другой административный регион РСФСР, смену места жительства в пределах одной области или обширного сельского района с намерением переждать очередную волну репрессий, сокрытие своего происхождения и прошлого, развод и повторный брак, фальсификацию персональных данных в личных документах в разных поколениях.

Такие практики способствовали интеграции представителей преследуемых групп населения на индивидуальном уровне и одновременно препятствовали формированию целостного семейного нарратива о репрессиях: данные исследования показывают, что потерявшие своих членов или сменившие место жительства семьи нередко скрывали свое

происхождение и прошлое, поэтому некоторые из респондентов в детстве не знали о своем родстве с репрессированными или получали только фрагментарные знания, не пытаясь их восполнить. Наибольшей полнотой отличаются нарративы семей, на протяжении двух поколений сохранявших особый образ жизни и особое мировоззрение вследствие социальной или территориальной самоизоляции (духовенство, крестьяне-единоличники), поддержание связей со сплоченной группой родственников.

В случаях, когда преследуемые семьи не меняли постоянного места жительства, влияние локальной социальной среды на уровне поселения или сельского района (соседи, дальние родственники, представители местной власти, школьной администрации) на формирование семейной памяти оценивается респондентами как существенное и более травматичное по сравнению с более широкими социальными факторами. Это влияние выражалось в зависимости от добровольной соседской помощи в условиях нищеты членов семей репрессированных (*«жили в бане»; «куски собирали по деревне»*), словесной стигматизации со стороны соседей или членов семьи (*«кулацкое отродье»; «поповна»; «попенок»*), отказе общаться со стороны соседских детей, отказе в приеме в местную пионерскую или комсомольскую организацию, предоставлении недостоверной информации относительно судьбы репрессированных родственников, проблемах с поиском брачных партнеров, наличии в пределах обозримости утраченного жилья, рассматриваемого с точки зрения нематериальной ценности (родной дом).

Стигматизация в семье или в кругу повседневного общения, в свою очередь, мотивировала детей или внуков репрессированных добиваться реабилитации своих родственников и искать доказательства их невиновности перед советской властью даже при отсутствии других негативных последствий. В то же время дискриминационные меры со стороны государства респонденты оценивают как минимальные, утверждая, что лишению гражданских прав с вытекающими отсюда последствиями (повышенные налоги, дискриминация в отношении размера заработной платы и, как следствие, пенсии) подвергались только члены семей «лишенцев», проживавшие совместно с главой семьи.

Респонденты утверждают, что, несмотря на существование в советской системе ряда экстерриториальных механизмов контроля и надзора, включая пункты социальном происхождении и судимости родственников в личных делах, во втором поколении члены их семей не сталкивались с институциональной дискриминацией в получении среднего общего и среднего профессионального образования или трудоустройстве (при отсутствии воспоминаний о каких-либо попытках получить высшее образование), в третьем поколении – с препятствиями во вступлении в комсомол, получении высшего образования и трудоустройстве на основании своего происхождения.

Исключение составляют данные, предоставленные респондентом из семьи потомственного священника, который не смог поступить по конкурсу в Мордовский государственный университет в 1980-е гг. Однако респондент полагал, что причиной послужило не само по себе происхождение из семьи священника, а сочетание социального происхождения с его нежеланием вступить в члены ВЛКСМ и, таким образом, отречься от своих религиозных убеждений. Он подчеркивал, что функционеры разных уровней, включая ректора университета, не только не препятствовали его приему в комсомол, но и убеждали его стать комсомольцем. Эти данные можно объяснить, исходя из стратегических целей советской внутренней политики – радикальной трансформации общества и создания «нового человека», не способствовавших геттоизации и маргинализации потомков репрессированных на массовом уровне. Поэтому ряд опрошенных и их родственников из числа внуков или (реже) детей репрессированных интегрировались в советскую социальную структуру, выбирая комсомольскую и партийную карьеру или службу в силовых структурах, искренне руководствуясь при этом стремлением не только выжить, но и стать настоящим «советским человеком», усвоив доминирующие ценности.

К числу наиболее травматичных институциональных факторов формирования коллективной памяти респонденты относят советскую историческую пропаганду в массовой культуре (*«фильмы о кулаках»*), образовании, а также наличие многочисленных мест исполнения наказаний на территории Мордовии. В опросе неоднократно упоминалась Чуфаровская колония на территории бывшего женского монастыря (в настоящее время – Свято-Троицкий мужской монастырь) в Ромодановском районе, служившая местом заключения жителей республики, в отличие от учреждений ГУЛАГа всесоюзного значения в Zubovo-Полянском районе. Чуфаровская колония, ставшая местом массовых расстрелов и гибели заключенных из-за болезней и плохих условий содержания, закрытая после Великой Отечественной войны, в настоящее время из-за недостатка информации остается для респондентов объектом слухов об ужасной судьбе о судьбе их репрессированных родственников.

Опрошенные пережили несколько поворотных пункта в развитии исторической в СССР и современной России: период реабилитации жертв массовых репрессий 1937-39 гг. после XX съезда КПСС (*«когда развенчали культ личности»*), период систематического умолчания о политических репрессиях на государственном уровне в сочетании с официальным одобрением раскулачивания в 1960-1970-е гг., новую переоценку советских репрессий по социальным признакам в период перестройки, завершившуюся принятием федерального закона «О реабилитации жертв политических репрессий», включившего раскулаченных в категорию жертв политических репрессий, и постсоветский период,

характеризующийся активной деятельностью как государственных, так и негосударственных субъектов «политики памяти». Наиболее молодые из респондентов (45-50 лет) узнали о прошлом своей семьи уже во второй половине 1980-х – 1990-е гг. и испытывали амбивалентные эмоции вследствие столкновения сложившегося под влиянием системы образования негативных стереотипов по отношению к раскулаченным (*«Что, я тоже из этих?»*) с более позитивным образом, формировавшимся в период перестройки.

Коллективная память о репрессиях по социальным признакам характеризуется сильной зависимостью от институциональных «мест памяти», служащих источником как данных о судьбе отдельных людей, погибших или пропавших без вести, так и интерпретаций исторических травм в широком социальном контексте. Начиная с 1950-х гг., респонденты и их родственники с разным успехом обращались в правоохранительные органы с просьбами о реабилитации своих родственников, а также в ведомственные и государственные архивы с запросами об их судьбе («память-костыль», по выражению П. Нора). При наличии административных или психологических барьеров в ознакомлении с историческими документами респонденты пытаются извлечь недостающую информацию из государственной и негосударственной прессы, официальных публикаций сведений о репрессированных и реабилитированных Министерства юстиции Республики Мордовия (районные газеты, сборники документов «Память»), виртуальных информационных баз (базы данных общества «Мемориал», «Память народа» и «Подвиг народа» и т.п.). Источниками интерпретаций исторических травм для респондентов, помимо официальных документов, служат историческая публицистика, художественная литература, кинематограф, районные музеи.

Обобщая содержание травматических представлений и установок на основании собранных данных, можно выделить травматические переживания («чувство потери» [1, с. 123]), связанные непосредственно с трагическими событиями в жизни семьи (скорбь, ощущение жестокости и несправедливости по отношению к их родственникам), а установки, также с недостатком информации об их судьбе: стремление выяснить обстоятельства, связанные с репрессиями и гибелью членов семьи, установить причины, по которым именно они подверглись репрессиям, стремление доказать их невиновность и получить доказательства ее официального признания государством (*«извинений»*). Негативные последствия недостатка информации о семейной трагедии для социальной самоидентификации 2-3 поколения потомков репрессированных могут заключаться в оценке собственной семейной идентичности как неполной и дефектной из-за утраты родственных связей (*«я всю жизнь прожила без дедушки, без бабушки»*) и предположений о возможных

фатальных ошибках прародителей как причинах семейной трагедии (*«уж ты в колхоз вступила бы, может быть, и ты-то жива была, и мы бы так не мучились»*).

Рассматривая возможности применения к анализу социальной памяти о репрессиях современных тенденций в развитии мемориальной культуры, а именно конкуренции стратегий героизации и виктимизации прошлого [3, с. 82] и тенденции к замене героизма виктимальностью в качестве ценностного критерия, можно констатировать отсутствие у опрошенных установок на формирование коллективной идентичности жертвы. Это можно объяснить как разобщенностью обследуемой социальной совокупности – потомков репрессированных, так и отсутствием ее общей социальной категоризации со стороны государства до принятия закона РФ от 18.10.1991 № 1761-1 «О реабилитации жертв политических репрессий», а также отсутствием возможных целей коллективной самоидентификации в качестве потомков жертв после того, как признание права на реабилитацию и возмещение ущерба были декларированы в законе. Статус жертвы политических репрессий сам по себе не рассматривается респондентами в качестве ценности или источника символического капитала. Напротив, в собранных нарративах семейной истории можно отметить элементы героизации: респонденты гордятся такими качествами своих предков, как предприимчивость, мастерство, стойкость в трудной жизненной ситуации, верность своим религиозным убеждениям, преданность семье. В этом аспекте нарративы о выживании семьи в период репрессий строятся по тому же принципу, что и воспоминания о Великой Отечественной войне как архетипе героизма. Респонденты, чьи родственники принимали в ней участие, часто обращаются к семейной памяти о войне, стремясь вписать семейную историю в большой исторический нарратив и заявить о заслугах членов своей семьи в военных действиях в качестве тружеников тыла, например, на строительстве укреплений Сурского оборонительного рубежа.

Вследствие отсутствия общей социальной идентичности, разнородности социальных условий и источников формирования коллективной памяти о репрессиях в виде «мест памяти» у опрошенных потомков репрессированных отсутствует и общий коллективный нарратив, основанный на общей интерпретации исторического прошлого. Отвечая на вопросы об отношении к отдельным людям, принимавшим участие в репрессиях против их родственников, респонденты упоминают несколько категорий причастных к этим событиям (представители власти, местные «активисты», принимавшие участие в экспроприации имущества их родственников или доносившие на них, свидетели, которых принуждали к даче показаний, написанных *«одним почерком»*), не рассматривая ни одну из них в качестве сплоченной группы, которая может рассматриваться в качестве субъекта коллективной ответственности.

Опрошенные потомки осужденных, включая тех, кто имел возможность ознакомиться с судебными делами своих родственников, в большей степени склонны обвинять «систему», чем отдельных представителей власти (*«они – система», «у них был план по валу»*), или лиц, привлеченных в качестве свидетелей по делам их предков – как правило, соседей или родственников (*«свидетелями были мои родственники»*). Вопрос о личной ответственности проблематизируется в отношении лиц, у которых, по мнению респондентов, был выбор, а именно руководителей Мордовской АССР в период сталинизма (начальников УНКВД и членов республиканской «тройки», которые, как утверждают респонденты, сами были репрессированы в тот же период и таким образом понесли наказание), сотрудников НКВД, допускавших внесистемные «зверства», и авторов доносов на их родственников, у которых, насколько известно опрошенным, жизнь также *«сложилась не очень хорошо»*.

Размышляя о причинах массовых репрессий и гражданской войны в более широком историческом и социальном контексте, респонденты были склонны рассматривать их в качестве конфликта между братьями, стихийной катастрофы, в которой распределение ролей преследуемых и преследователей было во многом случайным. Такой абстрактный подход аргументируется респондентами, исходя из семейной памяти, свидетельствующей об отсутствии каких-либо лиц или групп, которые приобрели бы стабильные социальные преимущества в результате репрессий в отношении их семей: *«Советская власть всех уравнила»*. В то же время материальный и моральный ущерб от коллективизации и репрессий для их семей оценивается как сравнимый с ущербом от распада СССР и последующих реформ 1990-х гг.

В качестве средств, которые помогли бы предотвратить повторение массовых репрессий, респонденты называли создание правового государства, которое действует *«по законам, защищающим только общечеловеческие ценности, а не чью-то кандидатуру какую-то политическую»*, распространение знаний об утраченной крестьянской цивилизации и народной культуре, а также дальнейшее изучение и обсуждение проблем, связанных с массовыми репрессиями советского периода при условии формировании такой концепции исторической памяти, которая объединяла бы, а не раскалывала общество.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Айерман Р. Социальная теория и травма // Социологическое обозрение. – 2013. – Т. 12. – № 1. – С. 121-138.
2. Александер Дж. Культурная травма и коллективная идентичность // Социологический журнал. – 2012. – № 3. – С. 6-39.

3. Ассман А. Длинная тень прошлого: Мемориальная культура и историческая политика / пер. с нем. Бориса Хлебникова. – М.: Новое литературное обозрение, 2014. – 328 с.
4. Ассман А. Забвение истории – одержимость историей / пер. с нем. Б. Хлебникова. – М.: Новое литературное обозрение, 2019. – 552 с.
5. Миллер А. И., Малинова О. Ю., Ефременко Д. В. Политика памяти и историческая наука // Российская история. – 2018. – № 5. – С. 128-140.
6. Нора П. Проблематика мест памяти // Франция-память / П. Нора, М. Озуф, Ж. де Пюимеж, М. Винок. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1999. – С. 17-50.
7. Спектор М., Китсьюз Дж. Конструирование социальных проблем // Контексты современности II: Хрестоматия. 2-е изд., перераб. и доп. / сост. и ред. С. А. Ерофеев. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2001. – С. 160-185.
8. Травма: пункты: Сборник статей / сост. С. Ушакин. – М.: Новое литературное обозрение, 2009. – 903 с.
9. Хальбвакс М. Коллективная и историческая память // Неприкосновенный запас. – 2005. – № 2. – Режим доступа: <http://magazines.gorky.media/nz/2005/2/kollektivnaya-i-istoricheskaya-pamyat.html> (дата обращения 12.04.2020).
10. Хирш М. Что такое постпамять // Уроки истории. – 17 июня 2016. – Режим доступа: <https://urokiistorii.ru/article/53287> (дата обращения 12.04.2020).
11. Штомпка П. Социология. Анализ современного общества / пер. с польск. С. М. Червонной. – М.: Логос, 2005. – 664 с.

ДАДАЕВА Т. М., МИШАНИНА И. С.

ГЕНДЕРНАЯ РОЛЬ МУЖЧИНЫ

В СОВРЕМЕННЫХ СЕМЕЙНЫХ ПРАКТИКАХ

Аннотация. В статье представлены результаты социологического исследования, проведенного среди молодых мужчин города Саранска. Были выявлены особенности мужских гендерных ролей в современных молодых семьях, определены основные факторы и показатели, влияющие на их формирование, обнаружены тенденции трансформации мужской гендерной роли в эгалитарном направлении.

Ключевые слова: гендер, гендерная роль, современная семья, семейные практики.

DADAIEVA T. M., MISHANINA I. S.

THE GENDER ROLE OF MEN IN MODERN FAMILY PRACTICES

Abstract. The article presents the results of a sociological study conducted among young men of the city of Saransk. The features of male gender roles in modern young families and the main factors influencing their formation were identified. The transformation trends of the male gender role in the egalitarian direction were discovered.

Keywords: gender, gender role, modern family, family practices.

За последние десятилетия в российском обществе произошло довольно много социально-экономических, правовых, культурных и духовных изменений, которые приобретая массовый характер, существенно повлияли на семейный институт. Как женщины, так и мужчины уже не ориентируются на патриархальную модель семьи, а выдвигают собственные потребности и стремления. Данные исследований показывают, что мужчины все более ориентированы на эгалитарную модель семьи. Теперь они выполняют не только финансовые функции, а полноценно участвуют в воспитании своих детей, включены в процесс оказания заботы и ухода за детьми. В 2011 году к вопросу об отпуске отца по уходу за ребенком положительно отнеслось 66% респондентов, в 2017 – 77%. Отрицательно к этому отнеслись в 2011 году 21%, а в 2017 уже только 16% респондентов [15]. По данным опроса ФОМ в 2013 году (1500 респондентов – жителей 100 городских и сельских населенных пунктов в 43 субъектах РФ) абсолютное большинство респондентов (83%) считают, что вести домашнее хозяйство должны в равной степени как жена, так и муж [13].

Современные мужчины стремятся быть успешным во всех сферах жизни, однако они испытывает довольно большое количество проблем. Так, по данным демографического ежегодника России за последние пять лет коэффициент смертности мужчин превышает коэффициент смертности женщин в два раза. Продолжительность жизни мужчин при

рождении меньше продолжительности жизни женщин, и эта тенденция существует во всем мире. Мужчины хуже следят за своим здоровьем, чем женщины и реже обращаются за медицинской помощью. В результате из-за отсутствия своевременной диагностики и помощи болезни часто бывают запущенными, что приводит к смертности. Так по данным Британского исследования в области здравоохранения, общий уровень медицинских консультаций у мужчин на 32% ниже, чем у женщин [18]. В нашей стране один из самых резких разрывов между продолжительностью жизни мужчин и женщин. Средняя продолжительность жизни у первых составляет 66 лет, а у вторых – 77 лет. Разница составляет 11 лет [6].

Исследований, посвященных изучению положения мужчин в обществе недостаточно, как правило основное внимание направлено на изучение проблем женщин. Поэтому необходимость исследований тенденции трансформации гендерной роли мужчины в семье и процессов эгалитаризации гендерных отношений в целом является весьма актуальной.

Тема взаимоотношений полов, половых ролей исследовалась такими социологами как Э. Дюркгейм [7], К. Маркс [12], Т. Парсонс [15], Ф. Энгельс [12] и т.д. Однако в трудах этих ученых половые роли рассматриваются лишь с точки зрения биологического происхождения. Ученые феминистского направления (Д. Митчелл, А. Оэкли, Г. Рабин, Б. Фридан, К. Миллет, Х. Хартманн и др.) полагают, что гендерные различия предопределяются не биологией, а конструируются обществом, культурой и символами. Непосредственному изучению маскулинности посвящены работы таких зарубежных авторов, как У. Бек [1], П. Бурдье [2], Э. Гидденс [3], М. Киммел [8], Р. Коннелл [10]. Среди российских авторов можно отметить И. С. Кона [9], И. Н. Тартаковскую [17].

Наиболее плодотворной в исследовании гендерных отношений в социологии, на наш взгляд, выступает объединительная парадигма (объединяет социальный конструктивизм и системно-структурный подход), разработанная Р. Коннеллом, на которую будем опираться в исследовании.

В рамках данной парадигмы под гендерной ролью понимается организованная модель поведения мужчин или женщин, сформированная с одной стороны общественными нормами и социальными институтами, а с другой – определяемая и конструируемая ими в процессе повседневного взаимодействия. То есть гендерная роль конструируется как на уровне социальных институтов (государство, семья, школа, СМИ, религия), так и самими индивидами на уровне их сознания и поведения.

Под мужской гендерной ролью мы будем понимать гендерные практики мужчин, воспроизводимые в соответствии с их представлениями и установками, а также предписываемые гендерными нормами в обществе.

Для исследования особенностей мужских гендерных ролей в современной молодой семье в апреле 2020 года был проведен онлайн-опрос. Было опрошено 118 мужчин г. Саранска, состоящих в брачных отношениях, в возрасте до 35 лет. Проверялась гипотеза о том, что в современных молодых семьях мужчины стали чаще демонстрировать эгалитарные установки, чем традиционные, что проявляется в активном участии мужчин в домашней работе, в совместном принятии решений с супругой, а также в уходе за детьми, занятиях с ними и т.д.

Анкета состояла из следующих тематических блоков: разделение власти в семье, разделение домашних обязанностей, уровень катексиса или эмоциональные отношения, представления респондентов о ролях мужчины и женщины в семье.

Анализ данных. Разделение власти. Было выявлено, что в большинстве семей мужчины придерживаются эгалитарных взглядов на главенство в семье. Решения по поводу покупки дорогостоящих вещей (70%), по проведению досуга (75%) и бытовым вопросам (63%) принимаются совместно. В целом, по данным анализа, в семьях доминирует партнерское взаимодействие (53%), бюджет формируется за счет обоих супругов (83%), в конфликтных ситуациях доминирует компромисс (42%). Стоит отметить, что распоряжение бюджетом в большинстве опрошенных молодых семей происходит, по мнению мужчин, совместно (75%). В ходе нашего анализа было установлено, что в большинстве семей, где бюджет формируется за счет обоих супругов, решения по планированию бюджета, покупке дорогостоящих вещей, проведению досуга принимаются также совместно.

Основными индикаторами, влияющими на формирование эгалитарной гендерной роли мужчин в семье, оказались возраст респондентов, национальность, религиозная принадлежность, уровень образования и профессиональная деятельность. Более согласованное принятие решений демонстрируют респонденты, находящиеся в возрастном диапазоне от 25 до 34 лет, русской национальности, не относящие себя ни к какой религии. Склонность к совместным решениям также преобладает больше у респондентов, имеющих образование не ниже среднего профессионального. Была выявлена закономерность, что чем выше уровень дохода мужчины, тем выше уровень его участия в принятии решений, и наоборот. Это заметно на примере индивидуальных предпринимателей. Нами было установлено, что у большинства из них не возникает финансовых проблем (93%), следовательно, они являются основными добытчиками в семье, тем самым обеспечивая себе лидерство в принятии решений. Стоит также отметить, что те, кто работает удаленно, находясь дома (фрилансеры), чаще участвуют в совместном с супругой принятии решений. Также установлено, что чем ниже уровень дохода у мужчин, тем выше участие женщин в принятии решений, это касается категории домохозяев (см. табл. 1).

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос: «Кто, в основном, принимает решения в Вашей семье?», в зависимости от формы занятости, %

Вариант ответа	Форма занятости					
	Работа по найму	ИП	Фрилансер	Домохозяин	Студент	Другое
Всегда муж	4	20	0	0	8	7
В основном муж	18	27	0	0	8	7
В основном жена	3	7	0	0	0	0
Всегда жена	1	0	0	0	0	0
В основном вместе	56	40	83	100	23	67
Всегда вместе	13	0	17	0	46	20
Затрудняюсь ответить	4	7	0	0	15	0

Разделение домашних обязанностей. Мужчины также принимают активное участие в домашней работе, но все же большую долю выполняют женщины. К женским обязанностям можно отнести стирку (75%) и глажение одежды (70%), приготовление пищи (61%), мытье посуды (49%), а к мужским ремонт (76%) и вынос мусора (45%). К гендерно нейтральным видам домашней работы (выполняются совместно), относятся планирование досуга (79%), уборка дома (55%) и покупка продуктов (48%) (см. рис. 1).

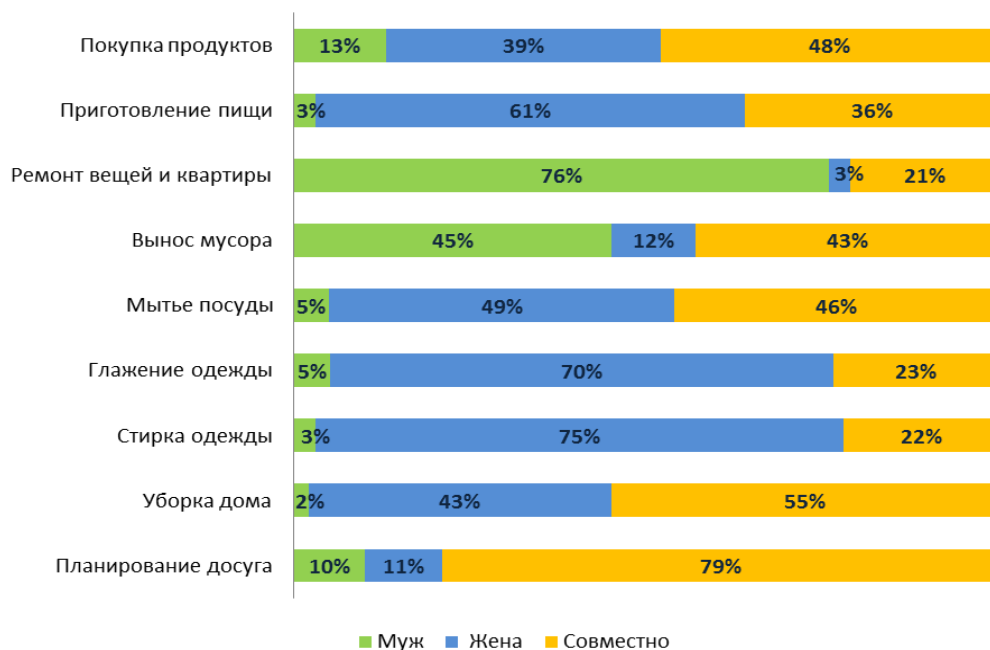


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос: «Каким образом происходит разделение домашних обязанностей в Вашей семье?»

Следует отметить, что гендерное маркирование видов домашней работы с точки зрения того, кем она чаще всего выполняется, со временем не слишком меняется согласно данным социологического исследования, проведенного одним из авторов данной статьи в 2005 году по той же методике, основной «мужской» домашней работой также был вынос мусора и ремонт [4].

Мужчины активно включаются в домашние обязанности, связанные с уходом за ребенком. Проверка домашнего задания, уход за ребенком во время какого-либо заболевания, интеллектуальное развитие, организация досуга, все это является совместной деятельностью супругов (см. рис. 2).

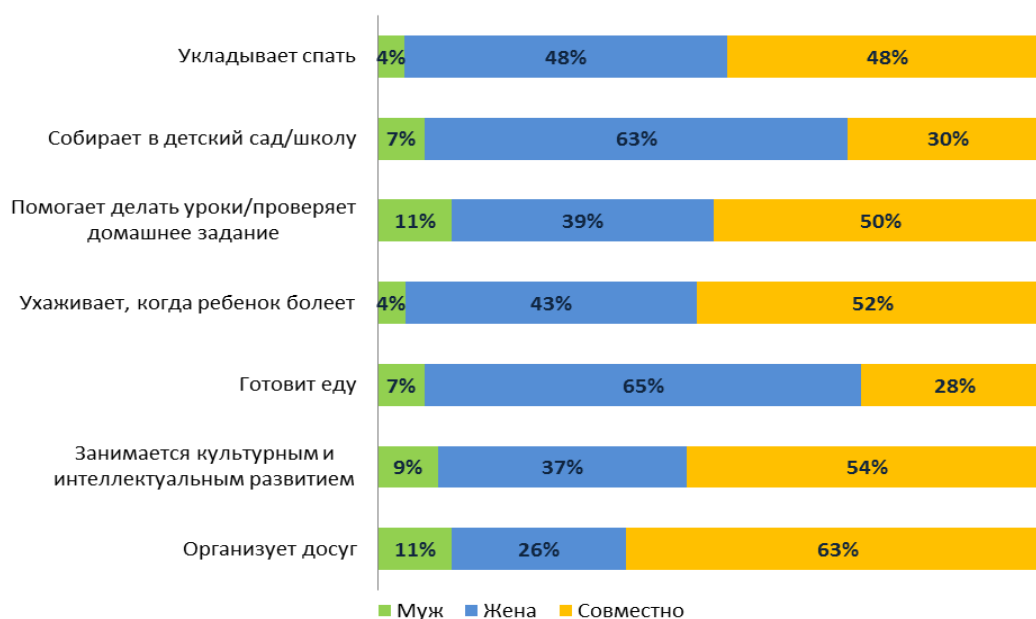


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос:
«Каким образом происходит распределение обязанностей по уходу за детьми?»

На разделение домашних обязанностей между супругами влияет ряд показателей: возраст, национальность и религия, профессиональная деятельность и форма занятости, длительность брака и гендерные отношения в семье, в которой воспитывались мужчины. Наиболее активное участие в домашнем труде принимают мужчины до 24 лет, фрилансеры и студенты, т.е. частично занятые. Выявлена закономерность, что чем меньше количество времени респонденты состоят в отношениях, тем больше они заняты выполнением домашних обязанностей. Было также замечено, что респонденты, воспитанные в эгалитарной семье более склонны к равноправному разделению домашнего труда, чем респонденты, воспитанные в традиционной семье.

Эмоциональные отношения. Выявлено, что между партнерами присутствует эмоциональная близость, отношения основаны на уважении и заботе. Большая часть

респондентов характеризует отношения с супругой, как идеальные «о таких отношениях можно только мечтать» (51%). Стоит отметить тот факт, что в семьях, где отношения выстроены таким образом, возникает меньше конфликтов по поводу распределения домашних обязанностей.

Было также установлено, что существующая модель разделения гендерных ролей соответствует представлениям респондентов о счастливом браке, так как подавляющее большинство респондентов оценивают брак с положительной стороны (96%).

Представления респондентов о ролях мужчины и женщины в семье. Полученные результаты говорят о том, что номинально в представлениях мужчин еще сохраняются традиционные гендерные стереотипы, но все же, по их мнению, в семье должны быть равноправные отношения (82%). В большей степени на данную позицию оказывает влияние тот факт, что семьи, в которых были воспитаны мужчины, имели традиционный уклад. Бесспорно, что процесс гендерной социализации, в большей степени воздействующий на становление личности и гендерные представления людей, происходит именно в детстве в родительской семье, о чем свидетельствуют и данные ранее проведенных исследований [5].

Ориентацию мужчин на эгалитарное взаимодействие ярко демонстрируют их ответы о готовности взять отпуск по уходу за ребенком до 3-х лет вместо жены, если возникнет такая необходимость (62%). Полностью уверены в том, что могут пойти на такой шаг 31%, не исключают таких событий 30%, возможное несогласие выражают 21%, полностью исключают такую ситуацию 15%. Также был задан вопрос о том, какие обстоятельства могут побудить мужчин взять отпуск по уходу за ребенком. Хотели бы больше времени проводить с ребенком и участвовать в его воспитании – 43%, что подтверждает феномен вовлеченного отцовства; 31% могут пойти на это лишь в крайних вынуждающих обстоятельствах, а вообще считают это женской обязанностью; 12% в случае, если супруга будет зарабатывать больше; 5% готовы, если будут получать большее пособие по уходу, чем жена; 4% возьмут отпуск, если захотят таким образом отстраниться от неприятностей на работе. Остальные 5% выбрали вариант «другое», указав, что при любых обстоятельствах на это готовы; в ситуации, если так будет удобнее супруге и самому респонденту.

Для сравнения приведем данные социологического исследования «Отцовство в России сегодня» 2015 года (опрошено 275 мужчин в возрасте от 18 до 49 лет). Из всей совокупности опрошенных, имеющих детей послеродовой отпуск взяла только четверть отцов (80 чел.), 2,5% мужчин в это время не работали, 195 чел. не брали отпуска из них 33 человека получило отказ (17%), 106 человек не смогли этого себе позволить (54,4%) и 45 человек отказались сами (23%) [14]. На вопрос о том, какую роль в семье, на их взгляд, они исполняют, большинство – 60% указали, что являются главой семьи, 18% выбрали

«кормилец», 6% отметили, что являются хранителями домашнего очага, 4% выбрали вариант «семейный психотерапевт, 3% мужчин исполняют роль домохозяина, 3% отметили, что являются организаторами досуга, 2% выбрали вариант «ответственный за воспитание детей», 4% выбрали вариант «другое», ответив на данный вопрос в шуточной форме. Например, были такие ответы, как «даватель дивана», «организатор вкусной и здоровой пищи», «соучредитель компании АО «Семья», несущий полную ответственность за деятельность организации, и имеет те же права и обязанности, что и второй соучредитель по имени «Супруга» т.д.

Таким образом, в результате нашего исследования были выявлены особенности мужских гендерных ролей в современных молодых семьях. Мужчины наряду с традиционными установками, что чаще проявляется в разделении домашнего труда, демонстрируют и эгалитарные установки, что выражается в совместном принятии важных решений, в совместном распоряжении бюджета и т.д. Исследование показало, что отношения в большинстве семей выстроены по принципу равенства и взаимоуважения. Также было установлено, что чем выше уровень дохода у мужчины, тем значимее его участие в принятии решений, и наоборот.

Важным показателем в исследовании гендерного взаимодействия в семье является разделение домашних обязанностей между супругами. Выявлено, что большую долю домашней работы выполняют женщины. К «женским» обязанностям можно отнести стирку и глажение одежды, приготовление пищи, мытье посуды, к «мужским» ремонт и вынос мусора. На ответы о гендерном распределении домашних обязанностей влияет ряд показателей: возраст, национальность и религия, профессиональная деятельность и форма занятости, длительность брака, тип гендерных отношений в семье, в которой воспитывались мужчины. Так респонденты, воспитанные в эгалитарной семье более склонны к равноправному разделению домашнего труда, чем респонденты, воспитанные в традиционной семье. Выявлена закономерность, что чем меньше количество времени респонденты состоят в отношениях, тем больше они вовлечены в домашний труд.

Таким образом, подводя итог можно сказать, что молодые мужчины, постепенно трансформируют гендерные стереотипы и представления о традиционной мужской гендерной роли, чаще демонстрируют в семейном взаимодействии эгалитарные установки, участвуют не только в материальном обеспечении семьи, но и в ответственном отцовстве и в домашних делах наряду с супругой.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну: пер. с нем. – М.: Прогресс-традиция, 2000. – 384 с.
2. Бурдье П. Социальное пространство: поля и практики / под ред. Н. А. Шматко. – СПб.: Алетейя; М.: Институт экспериментальной социологии, 2005. – 568 с.
3. Гидденс Э. Трансформация интимности. – СПб.: Питер, 2004. – 208 с.
4. Дадаева Т. М. Кто выносит мусор, или Парадоксы гендерного разделения домашнего труда // Социологические исследования. – 2005. – № 6. – С. 120–126.
5. Дадаева Т. М., Фудин А. Ф. Представления о маскулинности современных юношей (на примере студентов-первокурсников) // Социологические исследования. – 2013. – № 6. – С. 100–107.
6. Демографический ежегодник России 2019 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://gks.ru/bgd/regl/B19_16/Main.htm (дата обращения 15.05.2020).
7. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. – М.: Наука, 1991. – 575 с.
8. Киммел М. Гендерное общество / пер. с англ. О. Оберемко, И. Тартаковская. – М.: РОССПЭН, 2006. – 464 с.
9. Кон И. С. Мужчина в меняющемся мире. – М.: Время, 2009. – 496 с.
10. Коннелл Р. Современные подходы // Хрестоматия феминистских текстов: Переводы / под ред. Е. Здравомысловой, А. Темкиной. – СПб., 2000. – С. 251–279.
12. Маркс К., Энгельс Ф. Немецкая идеология // Собрание сочинений. – 2-е изд. – М.: Политиздат, 1955. – Т. 3. – 689 с.
13. Образ идеальной семьи. Много ли в России идеальных семей? И какую из них можно считать идеальной? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fom.ru/Rabota-i-dom/11024> (дата обращения 12.05.2020).
14. Отцовство в России сегодня. – М.: ИСЭПН РАН, 2016 – 120 с.
15. Парсонс Т. Половые роли и структура семьи // Социология: хрестоматия / под общ. ред. А. И. Сухарева. – Саранск: Изд-во НИИ регионологии при Мордовском ун-те, 2000. – 288 с.
16. Семейные роли: представления россиян о роли матери и отца в семье [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fom.ru/Rabota-i-dom/13670> (дата обращения 15.05.2020).
17. Тартаковская И. Н. Социология маскулинности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://nashaucheba.ru/v45142/тартаковская_и.н._социология_маскулинности (дата обращения 15.05.2020).
18. Wang Y., Hunt K., Nazareth I., Freemantle N., Petersen I. Do men consult less than women? An analysis of routinely collected UK general practice data [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dx.doi.org/10.1136/bmjopen-2013-003320> (дата обращения 22.05.2020).

КУРЫШОВА Л. Н., ФЕДОСЕЕВА М. В.

ФАКТОРЫ СОЦИАЛЬНОГО САМОЧУВСТВИЯ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНА

Аннотация. В статье представлен теоретический анализ концептуальных исследований категории «социальное самочувствие». Авторами предложены группы факторов, влияющих на формирование социального самочувствия индивида и/или группы. На основе эмпирических данных сделан вывод о том, что приоритетными группами факторов, определяющими характер социального самочувствия населения региона, выступают социальные и профессиональные.

Ключевые слова: социальное самочувствие, социальное благополучие, факторы, удовлетворенность, жизненная стратегия.

KURYSHOVA L. N., FEDOSEEVA M. V.

FACTORS OF SOCIAL WELL-BEING OF THE POPULATION OF THE REGION

Abstract. The article provides a theoretical analysis of the conceptual studies of the category "social well-being". The authors propose the groups of factors that affect the formation of social well-being of an individual and/or group. Considering the empirical data, it is concluded that the priority groups of factors that determine social well-being of the population of the region include social and professional factors.

Keywords: social well-being, factors, satisfaction, life strategy.

Социальное самочувствие представляет собой теоретический конструкт, связанный с комплексным изучением жизненных притязаний социально-демографических или профессиональных групп, их адаптационных стратегий, удовлетворенности различными аспектами жизнедеятельности, а также эмоционально-оценочного отношения индивида или группы к значимым событиям в конкретных социальных условиях. Изучение социального самочувствия приобрело особую актуальность в условиях динамично изменяющейся социальной реальности, экономического кризиса, оказывающего негативное влияние на социальное положение и, как следствие, самочувствие населения регионов.

Очевидно, что при всем многообразии подходов, категория «социальное самочувствие» не имеет в современной зарубежной и отечественной социологической традиции однозначной теоретической интерпретации, достаточной методологической и методической базы исследования.

Аналогом термина «социальное самочувствие» в зарубежной научной мысли является категория «социальное благополучие» (social well-being), которое рассматривается на макро- и микроуровне [1]. На *макроуровне* анализ социального благополучия опирается на ряд

социально-экономических индикаторов (состояние здоровья, уровень образования, профессиональная занятость, материальное благополучие, состояние физической среды и т.д.). *Микроуровень* предполагает рассмотрение социального благополучия индивида преимущественно через призму межличностных коммуникаций и взаимодействия с социумом.

В отечественной социологии накоплен достаточно большой объем теоретических подходов к анализу феномена «социальное самочувствие». Наиболее распространенными среди них являются следующие:

1) Ряд авторов (Ж. Т. Тощенко, С. В. Харченко) полагают, что социальное самочувствие выступает основополагающим элементом общественного (социального) настроения и включает в себя «актуальное знание, эмоции, чувства, историческую память и общественное мнение». В данной концепции социальное самочувствие представляет собой некую основу исходного структурного элемента для формирования социального настроения личности, ее направленности [7].

2) Социальное самочувствие выступает интегративным показателем удовлетворенности индивида или группы социальными, экономическими, политическими и социокультурными условиями жизнедеятельности в рыночных реалиях (Л. А. Орлова, О. Л. Барская и др.) [4].

3) В рамках подхода, предложенного Л. Е. Петровой, социальное самочувствие трактуется как интегральная характеристика реализации жизненной стратегии личности, отношения к окружающей действительности, субъективных её сторон. Подчеркивается важность объективной интерпретации субъективных представлений индивида о жизненных притязаниях (ценностные конструкты, планы, ожидания и т.д.) и степени их реализации (достигнутый социальный статус, удовлетворенность жизнью в целом) [5].

4) Социальное самочувствие представляет собой состояние переживания по поводу комфортности или дискомфорта своего бытия в социуме (Л. М. Михайловская, О. А. Асланова). Социальное самочувствие индивида зависит от его социального статуса, исполняемых социальных ролей [2]. Важными индикаторами самочувствия выступают состояние здоровья, обустроенность семьи, жизни и быта, характер и качество включенности в социальную жизнь во всех ее сферах, степень удовлетворенности социальными благами, доступными для пользования, а также восприятие и отношение к вышеперечисленным и другим факторам [3].

Важным аспектом при изучении социального самочувствия населения является определение факторов его формирования. Теоретический анализ концептуальных

исследований позволил выделить группы факторов [9], влияющих на социальное самочувствие индивида и/или группы:

- *витальные* (состояние здоровья, комфортность жизни, экономический статус и материально-финансовая обеспеченность, уровень безопасности, социальная защищённость);
- *профессиональные* (занятость и условия трудовой деятельности, качество социальных отношений в коллективе, профессиональная самореализация);
- *социальные* (семейное положение и межличностное взаимодействие, досуговые практики, оценка деятельности власти и уровень доверия к ней, социально-экономическая ситуация в регионе, стране);
- *личностные* (ценностные ориентации, уровень социальной активности, оценка собственных перспектив).

Эмпирическую базу составляют данные социологического исследования, объектом которого выступило население Республики Мордовия. Исследование проведено ГКУ Республики Мордовия «Научный центр социально-экономического мониторинга» (при участии авторов) в мае 2018 г. Выборка квотно-пропорциональная, опрошено 1000 человек в возрасте 18 лет и старше, из них 45,2 % мужчин и 54,8 % женщин. Большинство опрошенных имеют высшее и неоконченное высшее образование (61,9 %), начальное и среднее профессиональное образование (29,0 %), основное и среднее (9,1 %).

Витальные факторы. Центральным показателем комфортности жизни индивида или группы является удовлетворенность жилищными условиями. По данным исследования, в той или иной степени довольны своим жильём 74,1 % опрошенных. Доля респондентов, проживающих в собственных квартирах или домах, а не в наемных (служебных) помещениях или на жилплощади родственников, сопоставима с процентом положительных оценок – 74,4 %. Можно предположить, что именно нахождение жилья в собственности субъекта выступает определяющим условием удовлетворенности.

Одним из важнейших показателей социального самочувствия является самоидентификация индивида или группы в социальном пространстве, предполагающая оценку своего актуального социального положения. Субъективные оценки денежных доходов большинства опрошенных свидетельствуют об их невысоком экономическом статусе: около половины имеет достаточно средств только для приобретения необходимых продуктов питания и одежды (48,4 %), а почти треть находится за чертой бедности (30,7 %). Примерно каждый десятый житель региона имеет возможность приобрести товары длительного пользования в любой момент времени (13,3 %). Доля высокодоходных групп населения оказалась меньше статистической погрешности (2,7 %).

Очевидно, что ухудшение материально-финансового положения опрошенных (25,7 % отметили негативные изменения за последний год), неудовлетворенность экономическим статусом (45,6 % респондентов не удовлетворены уровнем дохода своей семьи) создают ощущение нестабильности жизни в региональном социуме, неуверенность в собственном будущем.

Большинство опрошенных положительно оценивает состояние своего здоровья («полностью устраивает» – 19,8 %, «отчасти устраивает» – 54,2 %), однако около трети респондентов обеспокоены тенденцией ухудшения здоровья населения в целом (30,0 %). Это *объективно* связано с ухудшением экологической ситуации в стране (42,1 %), распространением «социальных болезней» (алкоголизм, наркомания) (32,6 %), появлением новых заболеваний (44,0 %). При этом *на субъективном уровне* респонденты часто не реализуют простейшие модели самосохранительного поведения: не посещают спортивные объекты (47,5 %), пренебрегают пешими прогулками на природе (24,6 %). Таким образом, здоровье часто рассматривается в качестве инструментальной ценности для реализации социальных и профессиональных функций.

Следует отметить, что значительная доля опрошенных чувствует себя в безопасности (75,5 %), что свидетельствует, во-первых, о высокой степени доверия правоохранительным органам, а во-вторых, о невысоком уровне преступности в регионе.

Профессиональные факторы. Удовлетворенность профессиональной (трудовой) деятельностью является одним важнейших элементов при конструировании социального самочувствия индивида или группы, поскольку репрезентирует уровень реализованности потенций индивида, его ближайший круг социальных связей и отношений. Эмпирические данные свидетельствуют об относительно высоком уровне удовлетворенности респондентов сферой труда: полностью устраивает профессиональная деятельность 36,4 % респондентов, частично – 40,9 %. Лишь каждый десятый участник опроса не удовлетворен своей работой (11,9 %). Основными причинами неудовлетворенности традиционно выступает недостаточное материальное (49,4 %) и моральное стимулирование (40,9 %). Более трети участников опроса отмечают трудности в реализации карьерных стратегий (38,3 %). При этом абсолютное большинство опрошенных в той или иной степени удовлетворены качеством социальных отношений внутри трудовых коллективов (90,8 %) и с непосредственным руководством (83,7 %). Следует упомянуть об имеющейся возможности реализации профессиональных и творческих потенций респондентов (77,7 %) и расширения их профессиональных компетенций (57,4 %).

Таким образом, можно заключить, что высокий уровень удовлетворенности сферой труда оказывает положительное воздействие на социальное самочувствие субъекта.

Невысокий уровень заработной платы, характерный для региона с дотационной экономикой, «непрозрачность» кадровой политики и, как следствие, нереализованные карьерные стратегии отчасти компенсируется возможностью развития творческого потенциала, саморазвития, а также «сложившимся» трудовым коллективом.

Социальные факторы. Важным для определения социального самочувствия населения представляется изучение социального фона жизнедеятельности субъекта. Так, по данным исследования, ситуация в региональном социуме имеет противоречивый характер: степень доверия населения властным структурам характеризуется в основном позитивными оценками (14,7 % респондентов высказали полное доверие власти, 22,4 % – частичное), а оценки социально-экономической ситуации и собственного положения, напротив, преимущественно негативными. Это может быть связано со значительным «дистанцированием» власти от населения страны, отсутствием возможности у индивида влиять на принятие управленческих решений и его сосредоточением на вопросах «выживания» в сложившихся социально-экономических условиях.

Кроме того в современном российском обществе наблюдается, так называемая, «социальная анемия», когда недовольство социально-экономической и политической ситуацией в стране часто проявляется не в различных формах протеста, а в пассивном «соглашательстве» и отчуждении от деятельности политических лидеров разного уровня (доля респондентов равнодушных к деятельности властных структур в регионе составила 17,3 %, затруднившихся дать оценку – 18,2 %).

Наиболее значимой социальной проблемой в регионе респонденты традиционно считают перманентный рост цен на продукты питания и услуги ЖКХ (54,2 %), при этом соответствующего увеличения заработной платы часто не происходит. Более трети участников опроса обеспокоены распространением безработицы в регионе (39,9 %). Зачастую трудности в поиске работы связаны с несоответствием запросов соискателей предлагаемым вакансиям на региональном рынке труда. Отметим, что значительная доля участников опроса в той или иной степени (сумма ответов «испытываю сильное беспокойство» и «обеспокоен отчасти») указывают на возможность потери работы (56,3 %). Очевидно, что напряжение, связанное с возможной потерей занятости, препятствует выстраиванию долгосрочных жизненных стратегий.

Социальное взаимодействие на микроуровне – уровне семейных отношений и дружеских контактов – имеет позитивную оценку. Данными сторонами жизни довольны абсолютное большинство респондентов (см. табл. 1). Напомним, что именно качество отношений с семьёй и близким окружением традиционно является одним из центральных показателей социального самочувствия индивида.

Вследствие сложившейся социальной практики, а также в силу недостаточности финансовых средств, большинство респондентов проводят свой отпуск в кругу близких: дома (60,5 %) и/или за городом (на дачных участках, в деревне – 33,3 %). За границей отдыхают лишь 4,5 % участников опроса.

Таблица 1

Семейные отношения и дружеские контакты в оценках респондентов, %

Социальное взаимодействие	Полностью устраивает	Частично устраивает	Не устраивает	Затрудняюсь ответить
На уровне семейных отношений	60,2	24,7	8,8	6,3
На уровне дружеских контактов	71,6	23,0	2,9	2,6

Личностные факторы. Анализ ценностных конструкторов участников опроса коррелирует с наиболее значимыми сферами жизни субъекта, реализованность (удовлетворенность) в которых во многом определяет вектор социального самочувствия. Традиционно особую ценность представляет здоровье индивида и его близкого окружения (81,8 %). Значительная доля респондентов указала важность семейных ценностей (74,0 %). Актуальными для участников опроса стали безопасность жизнедеятельности (45,6 %), трудовая деятельность (31,9 %) и материальная обеспеченность (24,6 %). Очевидно, что ценностная матрица респондентов имеет явную субъективную направленность. Доля опрошенных, указавших значимость социальных ценностей (патриотизм, гражданская активность, демократия, солидарность, справедливость и т.д.), не превышает 15,0 %, что свидетельствует о невысокой социальной активности населения.

Социальные ожидания более трети респондентов (37,3 %) связаны с улучшением ситуации во всех сферах жизни в ближайшем будущем. Четвертая часть участников опроса отмечает пролонгированный характер перемен к лучшему, но сохраняет оптимизм (27,8 %). Справедливо полагать, что именно ожидания перемен к лучшему, уверенность в успехе усилий, направленных на их приближение, становится имманентной составляющей оптимистического социального самочувствия. И, наоборот, пессимистическое социальное самочувствие, характеризующееся отсутствием ясного видения перспектив и средств их достижения, снижают социальную активность [8].

Проведенный анализ позволяет заключить, что социальное самочувствие представляет многомерный феномен, детерминированный факторами как объективного, так и субъективного характера. Приоритетными группами факторов, во многом определяющими вектор социального самочувствия населения, являются не только *витальные* (экономический

статус, жилищные условия и т.д.), но и *социальные* (качество отношений в семье, с родственниками и друзьями) и *профессиональные* (отношения в трудовом коллективе, с руководством, возможности профессионального развития и построения карьеры). Следует уточнить, что материальные условия жизни должны соответствовать минимальному стандарту: нормальное питание, жилье, возможность приобрести одежду и обувь, и если этими сторонами они довольны, то материальное благосостояние их беспокоит в меньшей степени [6].

Очевидно, что именно низкоресурсные слои населения (*невысокий экономический статус, ограниченные потребительские возможности, недоступность туристической мобильности как внутри страны, так и за её пределами и т.д.*) попадают в группы риска снижения показателей социального самочувствия. Кроме того, перманентная неудовлетворенность материальным положением и ограниченность социальных возможностей активизирует миграционные настроения (прежде всего среди молодежи – наиболее мобильной и адаптивной к социальным изменениям), что в дальнейшем может привести к ослаблению социального и демографического потенциала региона.

Таким образом, ухудшение показателей социального самочувствия часто приводит к формированию «инертной» жизненной стратегии и ослаблению гибкости населения в изменяющихся социальных реалиях. Именно поэтому особую важность имеет социальная политика федерального и регионального уровня, направленная на санацию и поддержание различных социально-демографических и профессиональных групп.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Diener Ed., Oishi Shigehiro, Richard E. Lucas. Personality, Culture and Subjective Well-Being: Emotional and Cognitive Evaluations of Life // Annu. Rev. Psychol. – 2003. – Vol. 54. – pp. 403–425.
2. Асланова О. А. Социальное самочувствие: измерительный инструментарий, показатели и социальные критерии // Теория и практика общественного развития. – 2012. – № 2. – С. 59–63.
3. Михайлова Л. И. Социальное самочувствие и восприятие будущего россиянами // Социологические исследования. – 2010. – № 3. – С. 45–50.
4. Орлова Л. А. О социальном самочувствии учителей Московской области // Социологические исследования. – 1998. – № 8. – С. 89–94.
5. Петрова Л. Е. Социальное самочувствие молодежи // Социологические исследования. – 2000. – № 12. – С. 50–55.

6. Тихонова Н. Е. Удовлетворенность россиян жизнью: динамика и факторы // *Общественные науки и современность*. – 2015. – № 3. – С. 19–33.
7. Тощенко Ж. Т. Социальное настроение – феномен современной социологической теории и практики // *Социологические исследования*. – 1998. – № 1. – С. 21–34.
8. Чугуенко В. М., Бобкова Е. М. Новые тенденции в исследовании социального самочувствия населения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/data/2013/06/05/1251218464/Chuguenko.pdf> (дата обращения: 15.05.2020).
9. Юскаева М. В. К вопросу о социальном самочувствии преподавателей высшей школы [Электронный ресурс] // *Огарёв-online*. – 2013. – № 1. – Режим доступа: [http://journal.mrsu.ru/soc2013\(1\).pdf](http://journal.mrsu.ru/soc2013(1).pdf) (дата обращения 15.05.2020).