



eISSN 2311-2468
Том 7, № 9. 2019
Vol. 7, no. 9. 2019

электронное периодическое издание
для студентов и аспирантов

Огарёв-онлайн Ogarev-online

<https://journal.mrsu.ru>



ГОЛОВАНОВ С. В.
ТЕНДЕНЦИИ ТРАНСФОРМАЦИИ
ФОТОГРАФИЧЕСКИХ ПРАКТИК В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ

Аннотация. В статье рассматриваются тенденции трансформации практик фотографирования среди студенческой молодежи. Отмечается повышение значимости визуального канала коммуникации в условиях внедрения новых информационных технологий в обществе. На основе трансформации фотографических практик в академической среде делается вывод о демократизации общения, возникновении новых неформальных практик коммуникации, самопрезентации субъектов фотографических практик.

Ключевые слова: визуальная коммуникация, информационное общество, самопрезентация, фотографические практики, цифровизация.

GOLOVANOV S. V.
TRENDS OF TRANSFORMATION
OF PHOTOGRAPHIC PRACTICES AMONG STUDENTS

Abstract. The article discusses the trends of transformation of photographic practices among student youth. The author highlights an increase of the visual communication significance in the context of the introduction of new information technologies in society. A conclusion is made about the democratization of communication, the emergence of new informal communication practices, and the self-presentation of subjects of photographic practices.

Keywords: visual communication, information society, self-presentation, photographic practices, digitalization.

В настоящее время наблюдается революционное развитие информационных технологий, в результате которого, как пишет культуролог М. В. Габова, «в процессе восприятия информации на первый план выходит уже не текстовый символ, а зрительный образ» [1, с. 31]. Изображение содержит в себе больше социальной информации, чем вербальное сообщение. Визуальные образы, которые продуцируют линзовые искусства (фотография и кинематография), компьютерная графика и анимация воспринимаются уже не в качестве дополнения к вербальным и знаковым формам подачи информации, а в качестве самореферентных объектов и социокультурных феноменов.

Фотография, появившаяся в первой половине XIX в., из произведения искусства постепенно эволюционировала в повседневный визуальный объект, средство сохранения памяти и коммуникации внутри социальных групп. Совместная съемка, хранение и

демонстрация фотографий стали рассматриваться в качестве важных социальных актов. Как писали Р. Кастель и Д. Шнаппер, «в своей обычной форме занятия фотографией служат сразу и признаком, и средством социальной интеграции» [2, с. 160]. Одежда, аксессуары, интерьер, узнаваемые пейзажи, запечатленные на фотографиях, демонстрируют социальный капитал и являются визуальным посланием широкой аудитории в качестве самопрезентации.

Среди зарубежных социологов, исследовавших влияние фотографирования на социальное взаимодействие, в первую очередь, следует назвать Пьера Бурдьё, который вместе со своими коллегами в 1960-х гг. опубликовал системное исследование профессиональных и любительских фотографических практик на основе опроса 962 респондентов. По мнению исследователя, «каждая группа селекционирует некую конечную и определенную гамму сюжетов, жанров и композиций» [2, с. 23]. Исследованию феномена любительской фотографии в посвящены работы американского антрополога Р. Чалфена и британского культуролога Д. Каньона. На специфику цифровой революции в фотографии обратила внимание австралийская исследовательница Дж. Сассун, указавшая, что «изобретение цифровой технологии представляет первое революционное изменение в фотографических методах после введения негативно-позитивного процесса, который сам по себе превратил фотографию из уникального явления, в то, что может быть репродуцировано» [4, с. 229].

Среди отечественных исследователей вызывают интерес работы В. Л. Круткина, изучающего актуальные семейные практики фотографирования. Исследователи П. В. Романов, Е.Р. Ярская-Смирнова, М. М. Гурьева и С. Г. Ушкин занимались изучением семейных фотоальбомов и сюжетов любительской фотографии. О. Ю. Бойцова в своей монографии, посвященной системному изучению советской любительской фотографии, касаясь цифровой революции в фотографировании, заметила, что «фотография ... является аналоговым средством коммуникации: она передает реальность, не разбивая ее на единицы и не кодируя их с помощью какой-либо, даже простейшей, системы» [3, с. 13].

Целью статьи является изучение тенденций трансформации практик фотографирования среди студенческой молодежи. Фокус исследования направлен на изучение развития социальной коммуникации под влиянием изменения фотографических практик. Современные цифровые технологии упростили производство, хранение и демонстрацию фотографий, которые из приватной сферы с помощью компьютерных сетей переместились в публичное пространство.

Эмпирической базой исследования являются результаты формализованного интервью, взятого у студентов Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва, обучающихся по программам бакалавриата, магистратуры, специалитета и среднего

профессионального образования ($n = 66$). Всего было опрошено 34 юноши и 32 девушки в возрасте от 17 до 25 лет естественных, гуманитарных, технических направлений подготовки.

Оказалось, что все опрошенные студенты обладают новейшими смартфонами, позволяющими получать фотографические изображения, автоматически обрабатывать их для достижения необходимого качества и размещать их в социальной сети. Один из респондентов [муж., 2-й курс бакалавриата, архитектурно-строительный факультет, 21 г.], наряду со смартфоном, пользуется цифровым фотоаппаратом. Респондент пояснил, что приобрел фотоаппарат в ходе посещения фотошколы. В ходе интервью студенты сообщили, что считают смартфон необходимым инструментом для обучения в университете. Кроме того, наличие современного аппарата делает человека «своим» в студенческой группе. То есть обычные кнопочные мобильные телефоны и электронные фотоаппараты в своей массе уже вышли из обихода студенческой среды вслед за пленочными фотоаппаратами: *«Я не могу представить себе студента с простым телефоном, как у нашего преподавателя. Сейчас такое просто невозможно»* [муж., 3-й курс бакалавриата, институт физики и химии, 21 г.].

В результате процесс производства фотоизображений и коммуникации тесно связан с потреблением развлекательного электронного контента, поскольку все это происходит с помощью одного и того же устройства. Наблюдение показывает, что многие студенты на переменах непрерывно просматривают визуальный контент с экранов своих смартфонов. В большинстве случаев, это графические изображения, видеоролики, анимация и т.п.

Половина опрошенных указала, что чаще всего делает технические фотографии (объявления, книги, конспекты, чертежи, презентации и т. п.) и использует изображения в учебном процессе и при планировании времени. Структурирование снимков в памяти смартфона вытесняет практику ведения бумажного ежедневника: *«На первом курсе я вел ежедневник, куда записывал расписание лекций и все дела, а потом бросил. Сейчас я держу в руке смартфон и фотографирую все подряд, а потом на переменах рассматриваю: нужно мне это или нет»* [муж., 2-й курс специалитета, медицинский институт, 20 л.]. В эпоху аналоговой пленочной фотографии техническое фотографирование применялось студентами главным образом при копировании сложных графических изображений (чертежи, схемы, гравюры) и было очень трудоемким. Цифровизация фотографических практик в наибольшей степени затронула именно этот сектор изображений.

На втором месте по частоте просмотров находятся автопортреты (селфи), при этом часто подобные изображения используются не только для самопрезентации, но и в целях геолокации, чтобы передать визуальное сообщение о своем местонахождении. Кроме того, существует тенденция вместо коротких текстовых сообщений обмениваться фотографиями,

которые содержат в себе сообщение (например, расписание занятий, важное объявление, интересное событие, приобретенный товар и т.п.). В данном случае информация передается в аналоговой форме без кодирования в символы.

В самом начале своего обучения студенты формируют закрытые группы в виртуальных социальных сетях и предоставляют однокурсникам доступ к своим приватным фотографическим собраниям. В ходе учебного процесса студенты обмениваются большим количеством фотографий разных жанров, многие из которых играют роль визуальных презентаций о занятиях и досуге. Кроме того, делаются шуточные фотографии с целью интенсификации и демократизации общения внутри группы. Процесс обратной связи в виде одобрения снимков способствует формированию новых каналов социальных связей между студентами и другими представителями академического сообщества.

Только двое респондентов распечатывали фотографии на бумаге с целью их сохранения памяти об учебе. Техническое фотографирование и обмен визуальными сообщениями в ходе учебной деятельности способствуют быстрому преодолению социальных барьеров внутри учебной группы и интенсифицируют взаимодействие. Многие респонденты комментировали, что вначале они спрашивали у однокурсников разрешение на их фотографирование, но потом эта формальность отпала сама собой. Кроме того, все опрошенные осознают наличие этических моментов, когда фотографирование не совсем уместно.

Несколько респондентов высказали предположение, что гендерный состав группы влияет на практику совместного фотографирования: *«наша группа вместе не фотографируется, потому что она состоит из одних парней»* [муж., 1-й курс магистратуры, институт механики и энергетики, 23 г.]; *«наша группа – не дружная, поэтому мы не делаем совместных фотографий; не дружная она потому, что состоит из одних девушек – у всех свои интересы на стороне»* [жен., 2-й курс бакалавриата, филологический факультет, 20 л.].

Студентам известна возрастающая роль визуальных презентаций, поэтому они регулярно просматривают фотоотчеты с мероприятий, которые публикуются на официальном сайте университета с целью отслеживания собственных фотографий. Лишь пятая часть опрошенных безразлична к тому, есть ли их фотоизображения на сайте вуза.

Респонденты регулярно фотографируются в составе учебной группы, обычно несколько раз в неделю (так ответило две трети опрошенных). Это становится рутинной практикой, подчеркивающей интенсивность социального взаимодействия, осознанием членами группы того факта, что совместное фотографирование не только репрезентирует социальные связи, но и конструирует их. При этом интенсивность фотографирования

снижается с годами обучения: *«На первом курсе фотографировались часто, а в магистратуре нет: мы уже устали друг от друга»* [жен., 2-й курс магистратуры, историко-социологический институт, 24 г.]. Современное студенчество уже не использует практику коллективного посещения фотоателье, которая было важной составляющей социального взаимодействия поколения их родителей.

Студенты понимают, что находятся с преподавателями в разных точках социального пространства, между которыми существует дистанция, особо ощутимая в начале обучения. Практика совместного фотографирования позволяет создавать новые каналы общения между представителями разных групп университетского сообщества. Почти половина опрошенных студентов фотографируется с преподавателями, кураторами, руководством вуза во время мероприятий и затем копирует эти фотографии на собственные страницы в социальных сетях. Студенческие активисты и кураторы выступают в качестве носителей живой традиции совместного фотографирования преподавателей и студентов.

Студенты осознают возрастающую роль визуальной самопрезентации для выстраивания карьеры наряду с вербальным отображением социального капитала в персональном резюме. Две трети опрошенных выбрали бы для резюме парадную фотографию, выполненную профессиональным фотографом. Для этой цели они готовы отправиться в ателье и потратить необходимое количество времени и денег. Можно отметить, что происходит отход от строгого документального фото «как на паспорт», которое выбирает сегодня лишь треть опрошенных для своего резюме. «Альбом выпускников 2005 года», выпущенный Мордовским государственным университетом типографским способом, содержит фотопортреты студентов преимущественно в жанре строгой документальной фотографии, в которой замечен наметившийся переход к художественной [5]. Вместе с тем в визуальной академической практике сохраняется зарезервированная сфера сохранения памяти, где ритуальная фотография сохраняется свои позиции. Почти половина опрошенных выбрала бы классический многостраничный фотоальбом, где собраны фотографии студентов и преподавателей с подписями, чтобы сохранить память об учебе. 10 респондентов отдали бы предпочтение выпускной фотографии в виде коллажа. Это – классические презентации, которые существуют в академической жизни с момента основания вуза, не меняясь, как формуляр диплома. Несмотря на это, некоторые опрошенные выразили желание иметь такую же выпускную фотографию, как и их родители (6 чел.). Большинство планируют хранить фотоальбом или фотографию на память об учебе без выставления в публичное пространство, не доверяя электронным хранилищам Интернета, откуда контент может исчезнуть в результате сбоя или случайного/неслучайного удаления.

На основе пилотажного исследования можно диагностировать тенденцию к смещению акцента фотографических практик студенчества с сохранения памяти к социальной коммуникации и самопрезентации. Новейшие цифровые средства производства фотографии и сетевые технологии позволяют молодежи получать информацию о социальном окружении быстрее и доступнее, чем поколению их родителей. Стремительно развивающаяся визуальная культура изменяет границы приватного пространства, создает новые каналы социального общения в студенческой среде и расширяет коммуникации внутри академического сообщества.

Одновременно исследователи указывают на негативные факторы, которые сопровождают процессы визуализации и цифровизации. Использование современных электронных устройств, которые наряду с производством фотографий способствуют потреблению развлекательного контента, чревато расстройством внимания у студентов и развитием клипового мышления. Как отмечает социолог О. А. Старицына, «студенты уже и не понимают смысла в кропотливом сборе, систематизации, структурировании информации и работе над какой-либо определенной темой» [6, с. 272].

ЛИТЕРАТУРА

1. Габова М. В. Визуальная культура современного общества (опыт типологии) // Человек. Культура. Образование. – 2017. – № 2(24). – С. 30–40.
2. Бурдые П., Болтански Л, Кастель Р., Шамборедон Ж.-К. Общедоступное искусство: опыт о социальном использовании фотографии / пер. с франц. Б. М. Скуратова. – М.: Праксис, 2014. – 456 с.
3. Бойцова О. Ю. Любительские фото: визуальная культура повседневности. – СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2013. – 266 с.
4. Sassoon J. Photographic Materiality in the Age of Digital Reproduction // Archives & Social Studies: A Journal of Interdisciplinary Research. – 2007. – Vol. 1. – P. 299–319.
5. Альбом выпускников 2005 г. 50-й выпуск студентов МГУ им. Н.П. Огарева. – Саранск: Типография «Красный Октябрь», 2005. – 344 с.
6. Старицына О. А. Клиповое мышление vs образование. Кто виноват и что делать? // АНИ: педагогика и психология. – 2018. – № 2 (23). – С. 270–273.

ПОЛЕЖАЕВА А. Ю., ФОФАНОВА К. В.
ПРОБЛЕМЫ АДАПТАЦИИ УЧЕБНЫХ МИГРАНТОВ
В ПРОСТРАНСТВЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ВУЗА
(НА ПРИМЕРЕ МОРДОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА)¹

Аннотация. В статье университет рассматривается как пространство адаптации учебных мигрантов. На основе количественных данных и качественного исследования анализируются тенденции учебной миграции в вузе, а также оценивается доступность университетской среды для иностранных студентов. Выявлены основные проблемы, которые являются препятствием для получения более качественных образовательных услуг и снижают качество жизни студентов в процессе обучения. Оценено положительное влияние учебной миграции на развитие университета и региона в целом. Предложены возможные меры по оптимизации учебного процесса для иностранных студентов.

Ключевые слова: адаптация, интеграция, образовательная миграция, образовательная политика, образовательные услуги, университет, учебная миграция.

POLEZHAIEVA A., FOFANOVA K. V.
THE PROBLEMS OF ADAPTATION OF EDUCATIONAL MIGRANTS
IN THE SPACE OF REGIONAL UNIVERSITY:
A STUDY OF MORDOVIA STATE UNIVERSITY

Abstract. In the article the University is considered as a space for adaptation of educational migrants. On the basis of quantitative data and qualitative research, the trends of educational migration in the University as well as the availability of the University services for foreign students are analyzed. The main obstacles to getting better education are identified. The reasons of the reduced quality of life of foreign students in the learning process are found out. The positive impact of educational migration on the development of the University and the region is studied. Possible ways to optimize the educational process for foreign students are proposed.

Keywords: adaptation, integration, educational migration, educational policy, educational services, university, educational migration.

Постановка проблемы. Процессы глобализации не обходят стороной систему высшего образования. Высшая школа в определенной степени превращается в бизнес-индустрию, предлагающую широчайший спектр образовательных услуг для иностранных студентов. Стоит отметить, что для России практика обучения иностранных студентов не

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 17-03-00370-ОГН.

является чем-то совершенно новым: советская система высшего образования не только имела соответствующий опыт, но и входила в группу лидеров по обучению иностранных студентов. Но, в отличие от современного этапа, это был ограниченный круг столичных вузов, осуществляющих обучение студентов из-за рубежа. В настоящее время ситуация изменилась. Изменение социально-экономической конъюнктуры и образовательные реформы последних десятилетий способствовали открытию новых образовательных площадок для иностранных студентов во многих региональных вузах России, тем самым способствуя созданию сегментов с различными условиями обучения.

Учебная миграция является обоюдовыгодным процессом, имеющим положительные последствия как для самих вузов, так и для иностранных студентов. Российские вузы для иностранных студентов – это доступное, современное, сравнительно качественное образование, в то время как иностранные студенты для вузов – это дополнительный источник финансирования и стимул для дальнейшего изменения и развития [см.: 1, 2].

Вместе с тем, открытая доступная образовательная среда для иностранных студентов – это большая ответственность для вуза, предполагающая необходимость оперативного решения ряда важных вопросов, связанных с формированием собственной ниши на рынке образовательных услуг; разработкой новых предложений, поддерживающих спрос на собственные (а значит региональные и российские) образовательные услуги; созданием и поддержанием благоприятной и безопасной жизненной среды для иностранных студентов в принимающих регионах.

Дефиниции и методы исследования. В общем миграционном потоке выделяют учебную и образовательную миграции. Образовательную миграцию рассматривают как один из подтипов миграции, относящейся к общему типу «социальная миграция». В частности, С. В. Рязанцев отмечает, что образовательную миграцию можно рассматривать как социальную «т.к. она не связана с получением материальной выгоды от перемещения, что свойственно экономической миграции (трудовой, деловой, коммерческой, налоговой, инвестиционной)» [3, с. 28].

В научной литературе обычно используют два сходных понятия: «образовательная миграция» и «учебная миграция». Сложилось два подхода к определению данных понятий. Согласно одному из подходов, образовательную миграцию рассматривают как наиболее широкое явление, включающее, помимо собственно обучения по программам среднего и высшего образования, различные поездки, связанные с повышением квалификации: посещение курсов, стажировки и т.д. Согласно второму подходу, образовательная и учебная миграция – синонимические понятия. Так, в англоязычных исследованиях понятия «образовательная миграция» и «учебная миграция» традиционно не разделяют, используя

для обозначения первой и второй единый термин «educational migration». Е. И. Самофалова отмечает, «эквивалентных русскому словосочетанию “учебная миграция” аналогов в английском языке не существует: словосочетания “migration for studying” или “studying migration” переводятся по-другому и имеют другой смысл. Таким образом, опираясь на опыт многих изученных по данному вопросу работ понятия “образовательная миграция” и “учебная миграция” следует считать идентичными» [4, с. 108]. В любом случае, главный признак, по которому выделяют учебную и/или образовательную миграцию – это цель миграции, которая всегда связана с получением образования, знаний, выработкой новых навыков и умений. Применительно к настоящему исследованию мы используем понятие «учебная миграция».

Настоящая статья написана на материалах статистических данных, предоставленных Управлением по международным связям Мордовского государственного университета и данных эмпирического исследования, проведенного среди иностранных студентов, обучающихся в этом университете. Качественное исследование проводилось с помощью метода интервью (N=20), информантами выступили иностранные студенты университета из Таджикистана, Туркменистана, Узбекистана, Саудовской Аравии, Индии, Ирака, Марокко. Результаты исследования отвечают требованиям прогностической валидности.

Количественные данные и масштабность. Исходя из программных документов и стратегий развития высшего образования в России, одним из основных показателей эффективности и успешности вуза на международном рынке образовательных услуг выступает показатель численности иностранных студентов. Перед российской высшей школой поставлена задача – к 2025 году занять лидирующее место на мировом рынке образовательных услуг. Согласно Государственной программе Российской Федерации «Развитие образования» на 2018–2025 гг., количество иностранных студентов, обучающихся в России, должно вырасти с 240 тыс. человек с 2018 г. до 310 тыс. человек к 2020 г. [5]. За последние двадцать лет данный показатель в российских вузах значительно увеличился. На положительную динамику повлияло увеличение численности студентов из республик бывшего Советского Союза, а в последнее время – и студентов из стран «дальнего» зарубежья – Индии, Китая, Вьетнама, Ирака, Сирии и т.д.

Одним из видимых изменений стало значительное увеличение количества вузов, обучающихся иностранных студентов, за счет не только центральных, но и региональных учебных заведений. В последнее время Мордовский государственный университет стал одним из вузов, ведущих активную работу по привлечению иностранных студентов. На 2018–2019 учебный год в университете обучаются студенты из 54 стран как ближнего, так и

дальнего зарубежья. Отмечается ежегодный прирост доли иностранных студентов среди всех учащихся университета (см. табл. 1).

Таблица 1

Численность иностранных студентов, обучающихся
в Мордовском государственном университете в 2014–2018 гг.

2014	2015	2016	2017	2018
612	875	1222	1484	1963

По состоянию на 2018–2019 учебный год в Мордовском государственном университете обучается 1963 иностранных студента. По уровням образования студенты распределились следующим образом: 1133 человека – специалитет, 500 – бакалавриат, 43 – магистратура, 34 – ординатура, 24 – аспирантура, 2 – СПО, и 201 человек – подготовительное отделение для иностранных граждан. Самое большое количество иностранных студентов обучается на медицинском факультете.

Количественные данные свидетельствуют о том, что интерес к университету у иностранных граждан, желающих получить высшее образование, возрастает с каждым годом. Соответственно увеличение контингента иностранных студентов в вузе ставит перед вузом новые задачи по их адаптации и интеграции, по созданию доступной образовательной среды и безопасного жизненного пространства.

Пространство университета. Основным пространством адаптации иностранных студентов, как нам представляется, должен быть университет. Под «пространством университета» мы понимаем многомерное социальное, культурное, образовательное пространство отношений, процессов и практик, функционально зависимых друг от друга. На различных уровнях этого пространства происходят взаимосвязанные адаптационные процессы. В рамках данной работы мы ограничимся двумя аспектами – учебная и внеучебная деятельность вуза. При этом необходимо отметить, что эта деятельность должна быть двухсторонней, то есть предполагать не только организацию администрацией вуза определенных мер, но и встречную деятельность студентов. Пространство университета «является целостностью не вообще, объективно, а предстанет перед студентом как целостность только тогда, когда оно будет «принято» им изнутри, им самим будет вокруг себя «центрировано», организовано» [6].

Внеучебная деятельность, направленная на организацию и жизнеобеспечение иностранных студентов, проводится Управлением по международным связям, Управлением по внеучебной работе Мордовского государственного университета, Сектором по работе с иностранными студентами, Союзом иностранных студентов МГУ им. Н.П. Огарёва и т.д.

Повестка дня культурно-воспитательной жизни университета включает в себя мероприятия, ориентированные на иностранных студентов, их неформальное взаимодействие. В частности, в Мордовском государственном университете в рамках адаптивного курса иностранным студентам предлагаются квесты по факультетам и институтам вуза, ознакомительные экскурсии по центру города и т.д. На базе университета регулярно проходят спортивные спартакиады, турниры для иностранных студентов, межрегиональные Фестивали культур «Огарёвский Колорит», олимпиады по русскому языку, мастер-классы от иностранных студентов, «круглые столы», на которых обсуждаются национальные традиции и обычаи, выставки, концерты, где студенты представляют свою страну и культуру.

Безусловно, существующие практики адаптации иностранных студентов к вузу и жизни в новом регионе следует признать положительными. Однако необходимо учитывать, во-первых, что не все студенты в полной мере включены в подобные мероприятия по ряду причин – это и фактор наличия свободного времени, личностные особенности и т.д., во-вторых, главная цель для студента – получение образования, а это значит, что практики адаптации должны быть теснее связаны с образовательным процессом.

Для исследования проблем, которые препятствуют более полной адаптации и погружению иностранных студентов в учебный процесс были проведены интервью. Тексты интервью позволили выделить «болевые» точки университетского пространства.

Одной из основных проблем, которую обозначили все без исключения информанты – это языковой барьер. Студенты неоднократно указывают на трудности с коммуникацией, которая проявляется на всех уровнях.

Барьер связан с тем, что, приезжая в Россию, иностранные студенты далеко не всегда подготовлены к обучению на русском языке, а английский язык преподавателей (по программе обучения на английском языке) не всегда хорошо понятен студенту.

Из интервью: *«Самое сложное для нас – это понять лекцию. Очень часто преподаватель говорит быстро, мы не успеваем записывать и не понимаем потом, что записали».*

«Не все преподаватели хорошо ведут лекции на английском, нам очень сложно понимать, особенно специальные дисциплины».

«Я не знаю английского, плохо знаю русский, стараюсь через переводчик. Вот так и нахожу контакт со своим научным руководителем».

«У нас в группе одни туркмены и одна только девушка из Саудовской Аравии. Она очень плохо говорит по-русски, но пошла учиться по программе для иностранцев,

обучающихся на русском языке, потому что это дешевле. Мы ей помогаем, ей приходится еще и туркменский язык слушать».

«Я немного выучил русский. Индусы совсем не знают русский, мы арабы многие говорим. Мы учились на курсах в Воронеже, там вообще было очень хорошо».

Многие иностранцы, приезжающие получать образование в Россию, вынуждены изучать русский язык для освоения будущей профессии. В интервью студенты из стран дальнего зарубежья неоднократно отмечали, что русский язык в основном учили перед поступлением в Мордовский государственный университет в других городах – Воронеже, Ростове, Ульяновске, Волгограде.

Что касается студентов из «ближнего» зарубежья, то большая часть из них не имела вообще возможности изучать русский язык.

Из интервью: *«У нас в Туркменистане есть только одна школа имени Пушкина, где есть русский язык. Попасть туда очень сложно, вся элита, все самые богатые туда отправляют своих детей. Другие русский не знают. Я вот знаю русский, т.к. у меня мама русская. Отец учился давно в России в военном училище, вот женился на маме, они уехали. Но все равно очень большой акцент у меня, плохо тоже говорю, но пишу, читаю, понимаю хорошо».*

«Я знаю русский язык, потому что мне родители всегда говорили, что поеду учиться в Россию. Поэтому в семье говорили на русском языке. Мои родители врачи, они в России получали образование и поэтому всегда хотели, чтобы я тоже именно здесь получил образование».

Иностранные студенты чаще упоминают о трудностях, связанных с налаживанием учебной коммуникации с целью получения будущей профессии, нежели с коммуникацией в повседневной жизни, с другими студентами.

Из интервью: *«В автобусе, в магазине нам нормально, мы понимаем, хватает знаний. А вот учу дома анатомию, знаю материал, а рассказать не могу преподавателю, не понимаем друг друга с ним. Некоторые с пониманием к нам относятся, некоторые нет, считают, что я не знаю, а я знаю, я учиться приехал».*

«Тяжело и мне и моим ребятам в группе. Мы же медленно работаем, нам надо все перевести на наш язык, а учитель уже другое рассказывает, мы не успеваем за ним совсем, он быстро очень быстро еще говорит. Я бы на таджикском тоже быстро бы ему рассказал».

«Очень сложно нам на истории. Мы же не учили историю России в школе. А он требует с нас, много задает, мы не понимаем, не можем названия запомнить, имена».

Данное замечание, связанное с курсом истории, показывает, что образовательные программы должны адаптироваться под иностранных студентов. Разрабатываемые курсы учебных дисциплин для иностранных студентов должны проходить пилотную апробацию, тестироваться на предмет понимания терминологии, содержания и т.д., уровня усвоения материала, поданного на неродном и малознакомом для студента языке.

Из интервью: *«Я немного говорю по-русски, но читаю очень плохо, пишу тоже плохо, плохо потом понимаю, что записала».*

«Мы скачали учебники по анатомии на туркменском, вот по ним учим».

Иностранные студенты особенно начальных курсов, обучающиеся на русском языке, часто вынуждены предлагать преподавателям какие-то компромиссные формы сдачи зачетов, контрольных точек.

Из интервью: *«Мы хотим письменно сдавать зачет. Мы сделаем реферат, сдадим, т.к. не можем устно сдать. Многие есть у нас в группе, они вообще не говорят по-русски».*

Иностранные студенты с первого момента поступления в вуз нуждаются в языковой поддержке, которая выходит за рамки учебных планов. Информанты рассказывают, что есть предметы по русскому языку и культуре речи, но они не дают им того навыка профессионального языка, который им необходим для общения и понимания лекций.

Из интервью: *«У нас есть предмет культура речи, мы поговорки учим, пословицы, нам смысл их объясняют. Мне интересно, хороший учитель, но нам сложно это, нам надо учителя по анатомии, истории медицины понимать».*

Тексты интервью показывают, что много помех в процессе коммуникации складывается в процессе обучения между студентом и преподавателем, не всегда коммуникация воспринимается как уважительный диалог.

Трудности присутствует и при общении с русскими студентами. В интервью иностранные студенты открыто не говорят о трудностях в общении с русскими студентами, но по косвенным признакам можно предположить, что полноценной коммуникации между иностранными и русскими студентами не складывается, они сосуществуют как две самостоятельных реальности. Тем самым не создаются необходимых предпосылок для лучшего понимания представителей разных культур, а значит и повышения уровня межкультурного доверия [7].

Из интервью: *«Мы мало общаемся с русскими студентами, мы всегда со своими».*

«Мы всегда со своими, мы всегда вместе. Есть свои друзья, есть с кем меньше общаемся, но мы всегда вместе. Знаем, какие вопросы, что нам надо».

«Местные нас не обижают, нет такого никогда, никто никогда плохого не сказал. Но мы все равно сами по себе, есть знакомые, в зал ходим, там встречаемся, на футбол ходим. Девушки, наверное, меньше общаются, они в зал не ходят».

Иностранные студенты в интервью неоднократно указывали, что общаются в основном в рамках своих учебных групп. Учебная группа может складываться из студентов либо одной, либо нескольких стран.

Из интервью: *«Мы здесь все из Туркменистана, из Сирии есть двое, но у них проблемы с визами, уехали сейчас. Мы все всегда вместе, всегда знаем, кто где».*

«Друзья у нас свои. Мы всегда вместе и в магазин вместе, в кино можем сходить, в бассейн».

Иностранные студенты очень довольны доступностью Интернета как в корпусах университета, так и в общежитиях.

Из интервью: *«Здесь так дешево стоит Интернет, у нас нет такого в Туркменистане».*

Необходимо отметить, что современная доступность Интернета, мобильных телефонов, с одной стороны, помогает иностранным студентам оперативно решать свои социально-бытовые проблемы: узнавать расписание, общаться с преподавателями, искать адреса, узнавать о мероприятиях. Однако, с другой стороны, это снижает потребность студентов в «живом общении» с реальными людьми, тем самым дополнительно усиливая изоляцию от местного сообщества.

Интервью показали, что для иностранных студентов крайне важен факт социально-бытовых условий. В этом вопросе, можно предположить, что нет однозначной оценки, т.к. условия для проживания, которые предлагает вуз очень разные.

Из интервью: *«Очень хорошая комната. Все очень нравится. Все удобно».*

«Условия не очень, все старое очень».

«Мы снимаем жилье. В квартире лучше, свободнее себя чувствуем. Снимаем с друзьями. Нам так удобнее».

«У меня не получалось жить с соседом в комнате. Я пошел в международный отдел, попросил поменять комнату. Мне сразу помогли. Дали другую комнату, очень хорошую»

Кроме того, студенты акцентируют внимание на важности для них внешнего вида университета.

Из интервью: *«Университет очень красивый, современный. Я даже не думал, что буду учиться в таком красивом».*

Но встречаются и противоречивые мнения, не всегда иностранных студентов устраивают условия обучения. Студенты отмечают, что *«университет красивый, но не всегда в хороших аудиториях проходят занятия»*.

Из интервью: *«Очень душно в аудиториях. У нас настоящая гипоксия к концу дня»*.

«Не пойму, почему у меня кружится голова каждый день. А потом спросила ребят, у них тоже кружится, корпус старый, окна не открываются, душно очень».

Важной проблемой для студентов является отсутствие поликлиники в университете.

Из интервью: *«Плохо, что нет поликлиники в университете. Диспансеризацию проходили, все очень быстро прошло. Я-то здоровый, но даже если бы и больной был, то не выявили бы, так все быстро, следующий... следующий...»*.

«Полис есть, но мы боимся заболеть. Болеть везде плохо и дома плохо, но здесь боимся».

«Нам на встрече ректор сказал, что скоро откроют клинику. Это было бы очень хорошо».

Тем не менее, в целом, бытовые проблемы, по мнению студентов не являются непреодолимым препятствием в процессе достижения основной цели миграции – получения качественного образования. Тем не менее, «для облегчения этого процесса необходима разработка программ адаптации иностранных студентов в регионе, знакомстве с культурой, помощи в трудоустройстве, поиске жилья» [8, с. 139]. Эти мероприятия должны не только помочь иностранным студентам, но и, в конечном счете, решить ряд важных задач, связанных с повышением качества и репутации высшего образования в России, способствуя, тем самым, эффективной модернизации социальной политики государства [9].

Таким образом, интервью показывают, что большая часть трудностей, с которыми сталкиваются иностранные студенты, связана с коммуникативными барьерами. Низкий уровень владения русским языком со стороны студентов, недостаточный уровень взаимопонимания с преподавателями (особенно ярко проявляющийся для обучающихся на английском языке) выступают серьезным препятствием для адаптации в пространстве университета, а значит и для получения качественного образования и будущего профессионального становления. Это значит, что в университете должны функционировать школы русского языка; волонтерские центры, способствующие развитию навыков русской и английской речи (с учетом особенностей родного языка студентов); проводиться факультативные занятия для освоения научной и профессиональной русскоязычной и англоязычной лексики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Фофанова К. В. Адаптация иностранных студентов в российском регионе (на примере Республики Мордовия) // Теории и проблемы политических исследований. – 2018. – Т. 7. № 6А. – С. 158–164.
2. Фофанова К. В. К проблеме привлечения иностранных студентов в российские регионы // Гуманитарные и политико-правовые исследования. – 2018. – № 3 (3). – С. 8–12.
3. Рязанцев С. В. Трудовая миграция в странах СНГ и Балтии: тенденции, последствия, регулирование. – М.: Формула права, 2007. – 572 с.
4. Самофалова Е. И. Особенности изучения образовательной миграции в работах зарубежных авторов // Вестник Томского государственного ун-та. Философия. Социология. Политология. – 2015. – № 1 (29). – С. 104–119.
5. Государственная программа РФ «Развитие образования» на 2013–2025 годы «Собрание законодательства РФ» от 26.12.2017, № 1642. – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71748426/> (дата обращения 2.05.2019).
6. Герасимова А. Ю. Образовательное пространство вуза как условие развития будущего профессионала // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». – 2014. – № 1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/obrazovatelnoe-prostranstvo-vuza-kak-uslovie-razvitiya-buduschego-professionala> (дата обращения 2.05.2019).
7. Сычев А. А. Межэтническое доверие // Вестник ПНИПУ. Культура. История. Философия. Право. – 2017. – № 1. – С. 15–23.
8. Фофанова К. В. Повышение миграционной привлекательности региона для молодежи (на примере Республики Мордовия) // Материалы региональных Рождественских образовательных чтений. – Саранск, 2019. – С. 135–139.
9. Алексеева Е. А. Национальные проекты и реформы 2000-х годов: модернизация социальной политики. – М.: Вариант, 2009. – 277 с.

БОГАТОВА О. А., РУСЯЙКИНА М. А.

**ГЕНДЕРНЫЕ НОРМЫ И ПРАКТИКИ ЗАКЛЮЧЕНИЯ БРАКА В СЕЛЬСКОЙ
МОРДОВСКОЙ СЕМЬЕ (ПО ДАННЫМ КАЧЕСТВЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)**

Аннотация. На основе данных качественного социологического исследования выявляются основные социальные практики и нормы, связанные с заключением брака в сельской мордовской семье в 50-70-е гг. XX в. Рассматриваются элементы традиционной свадебной обрядности, дается оценка значимости современных и традиционных социально одобряемых норм-ожиданий относительно брачного поведения сельских женщин, оценивается влияние следования традиционным и современным нормам на удовлетворенность сельских женщин своим браком.

Ключевые слова: семья, социальные нормы, мордовская свадьба, гендерные роли, гендерный контракт.

BOGATOVA O. A, RUSYAYKINA M. A.

GENDER NORMS AND MARRIAGE

IN RURAL MORDOVIAN FAMILY: A QUALITATIVE RESEARCH

Abstract. Considering the data of a qualitative sociological research, the basic social values and norms of marriage in the rural Mordovian family of 1950-70s are revealed. The authors study the elements of traditional wedding ceremony, the modern and traditional socially approved norms of marriage behaviour of rural women, the dependence between following the traditional and modern norms and satisfaction of rural women by their married life.

Keywords: family, social norms, Mordovian wedding, gender roles, gender contract.

Предметом исследования являются институциональные нормы и практики, регулировавшие заключение брака женщинами старшего поколения (1930–1950-х гг. рождения) в период их молодости в качестве одного из этапов поколенческой динамики гендерных и семейных ролей в российском обществе на примере мордовского села на территории современной Республики Мордовия. Содержание этого периода отражает, с одной стороны, долговременную тенденцию к трансформации гендерной структуры сельской семьи от патриархальной к современной нуклеарной и более эгалитарной модели, сохранением влияния исторически сложившейся системы традиционных патриархальных норм, регулирующих семейные отношения – с другой.

Проблемы трансформации социогендерной структуры сельской и, шире, российской семьи составляют предмет исследования современных гендерных историков – Н. Л. Пушкаревой, М. А. Гадицкой, Л. В. Лебедевой, А. П.Скорик, Е. В. Стяжкиной – и

социологов – С. Г. Айвазовой, Е. А. Здравомысловой, Ю. П. Лежниной, И. Н. Тартаковской, А. А. Темкиной, Е. Р. Ярской-Смирновой и т.д. [1]. Как утверждает Л. В. Лебедева, в соответствии с консенсуальным мнением российских историков-крестьяноведов, в традиционном крестьянском домохозяйстве, составлявшем основу аграрного сектора в период до коллективизации, «сельскохозяйственное производство держалось в первую очередь на физической силе семейного коллектива, что исключало самостоятельное значение женщины» [4, с. 587]. Существенные изменения гендерных моделей поведения в XX в. связываются ими с модернизацией российского общества, принявшей радикальный характер в советский период вследствие институционализации нового законодательства о правах женщин и семейного законодательства, ликвидации неграмотности и коллективизации, трансформировавшей индивидуальное крестьянское землепользование и создавшей условия для перехода к обеспечению семьи за счет индивидуальных трудовых контрактов ее членов.

В то же время исследователи отмечают противоречивый и нелинейный характер советских гендерных трансформаций на селе, которые, с одной стороны, наделили женщин формально равным статусом с мужчинами и открыли им доступ к ранее не доступным образовательным и профессиональным социальным ресурсам, а с другой – превратили их в основную рабочую силу в сельском хозяйстве в условиях внутриотраслевой и межотраслевой (вследствие наибольшей востребованности в промышленности мужского труда) гендерной асимметрии. При этом женская социальная мобильность оказалась ограниченной как низким правовым профессиональным статусом сельского населения, так и антиабортным законодательством, отражавшим состоявшийся во второй половине 30-х гг. XX в. поворот к более консервативной модели советской семейной политики, направленной на частичное возвращение к патриархальной многодетной семье [7, с. 543–545].

Однако в послевоенный период приоритетным объектом советской семейной политики становится новая модель семьи во главе «со слабым кормильцем» – получателем государственной помощи, предполагавшая значительно большую степень гендерной свободы и власти женщины при одновременном повышении степени ее ответственности за семейное и собственное социальное благополучие. По мнению Е. В. Стяжкиной, эта модель оставалась частью советского гендерного контракта работающей женщины до конца советского периода в условиях дефицита или маргинализации мужчин как потенциальных «сильных кормильцев» [8, с. 666].

Противоречивый характер эволюции гендерного порядка современные российские социологи констатируют и применительно к постсоветскому периоду, который, по мнению Е. А. Здравомысловой и А. А. Темкиной, характеризуется широким распространением влияния гендерной идеологии патриархатного неотрадиционализма в двух вариантах –

неолиберальном, который маргинализирует женщину в качестве субъекта трудовых отношений, превращая ее профессиональную занятость в опциональный выбор, и государственнического, рассматривающего воспроизводство населения в качестве основного предназначения женщины и сферы ее преимущественной ответственности [6, с. 207].

Данные международных исследований, как отмечает С. Г. Айвазова, свидетельствуют о росте гендерного разрыва во всех социальных сферах и снижении социального статуса женщин практически на всем постсоветском пространстве, что объясняется его преобладающей тенденцией к дедемократизации и неолиберальными реформами, направленными на сокращение мер государственной социальной поддержки и оплачиваемых рабочих мест и поэтому, в первую очередь, ухудшающих положение относительно низкостатусных социальных слоев [2, с. 20–21]. Однако преобладающей моделью гендерного контракта в российском обществе все еще остается контракт работающей матери вследствие как ее укорененности в нескольких поколениях, так и экономической необходимости [6, с. 209].

Поэтому структура семейных ценностей российского общества, по данным Ю. П. Лежниной, характеризуется как дифференциацией предпочтений в отношении гендерных ролей и характеристик «идеальных» мужчин и женщин [5, с. 168], так и тенденцией к модернизации представлений о функциях семьи: так, наиболее традиционную модель «семьи как домохозяйства» во всероссийском опросе назвали в качестве предпочтительной всего 31% респондентов, в то время как остальные предпочитают индивидуалистические модели представлений об идеальных семейных отношениях «семья как зона комфорта» (32%), «любовное гнездышко» (19%) и «семья ради детей» (18%), что позволяет охарактеризовать гендерные трансформации семейных ролей в XX в. как адаптивные и необратимые в современном российском обществе [5, с. 173].

Эмпирической базой исследования послужил пилотажный социологический опрос, предпринятый М. А. Русайкиной методом глубинного интервью в декабре 2017 г. Гайд интервью включал 13 вопросов на русском и эрзя-мордовском языке (в зависимости от предпочтений респондентов). В исследовании использовалась целевая выборка, которую составили 6 сельских женщин в возрасте старше 55 лет, хотя бы однажды состоявшие в браке. Возраст респондентов составил: 55 лет, 64 года, 71 год, 75 лет, 82 года, 92 года.

Целью исследования было выявление особенностей взаимодействия традиционных (мнение ближайшего окружения, традиционные семейные нормы, обычаи) и современных (индивидуальные предпочтения при выборе брачного партнера и норма личной ответственности за его последствия) социальных регуляторов поведения женщины в процессе заключения брака на примере мордовской сельской семьи. Задачи исследования

заклучались в: 1) выявлении основных социальных практик и норм, связанных с заключением брака в сельской мордовской семье во второй половине XX в.; 2) выявлении элементов традиционной свадебной обрядности в процессе заключения брака в мордовской семье во второй половине XX в.; 3) оценке значимости современных и традиционных социально одобряемых норм-ожиданий относительно брачного поведения сельских женщин в отмеченный период; 4) оценке влияния следования традиционным и современным нормам на удовлетворенность сельских женщин браком.

В качестве гипотезы исследования выступало предположение о том, что традиционная процедура заключения брака как начала институциональной семейной карьеры женщины, описанная М. Е. Евсеевым, претерпела изменения в отличие от свадебных обрядов второй половины XX в.

Брачный возраст. Можно выделить две возрастные рамки вступления в брак, это младшая (20-22 года) и старшая (старше 25 лет). Вступление девушек в брак в возрасте 20-22 обуславливается влиянием старших поколений, социально одобряемым возрастом для вступления в брак. Мужчины же, стараясь помочь своим родителям в хозяйстве, женились, чтобы после их ухода в армию или уезда в другие города на заработки, оставить после себя помощь в виде жены. Девушки возрастной рамки старше 25 лет оставались незамужними из-за домашних обязанностей или по причине ухода за недееспособными членами семьи.

Инициатива в выборе брачного партнера. По данным опроса, в 50-е гг. XX в. инициатива в выборе брачного партнера в сельской семье все еще принадлежала будущему мужу и его родственникам, а решение о заключении брака принималось родителями невесты. Большинство опрошенных были едва знакомы или совсем не знакомы с будущим мужем до свадьбы, само сватовство часто становилось для них неожиданностью: *«Приезжаю я от родственников, смотрю, перед нашим домом народу. Я думала уже, что-нибудь случилось. А они меня ждут, а меня все нет и нет. Вот потом приехала. Я говорю им: «Не выйду замуж». Какой там, Колю привезли и Устинью – сестру мамы. Она говорит: «Как не выйдешь, что здесь делать будешь, и так вас много». Выйдет, выйдет, выйдет, а я говорю, не выйду. Миша за мной по дому бежит: почему не выйдешь, почему не выйдешь? А я говорю – не выйду, делать мне больше нечего. Сосватали меня все, из Батушева все приехали, ждали уже меня, и потом сели вино пить. Вместе, друг напротив друга пили. Сейчас же как, повстречаешься с парнем, потом уже замуж, не то, что у нас»* [№ 5, 82 года].

По словам информантов, на сватовство приходили родственники жениха: *«К нам приехали мама жениха, сестра мамы жениха и их дядя Миша»* [№ 1, ж, 55 лет]; *«Вот, приехали меня сватать, приехали меня сватать мама и папа моего жениха, тетя мамы*

жениха, жених мой и все» [№ 2, 71 год]; «Папа и мама жениха и их старая монашка» [№ 3, 75 лет]. Нормой считалось и присутствие большого количества родственников с обеих сторон на свадьбе: «Пришли родственники с моей стороны. Человек пятьдесят. Меня взяли в соседний дом. Волосы расплели. Белое платье с меня сняли. Сделали прямой пробор, заплели в 2 косички. Подол платья сжевал соседский теленок. Обратно привели меня в дом жениха. Мы встали у печки. Нас заставили целоваться, «горько» кричали. Задвижка печки открылась, и я испачкалась золой. Золу отмыли, обратно сели за стол. Ели, пили, плясали, «горько» кричали. Разошлись по домам» [№ 2, 71 год].

Структура свадьбы. Для свадебных обрядов в мордовском селе второй половины XX в. характерна структура, состоящая из 4-5 частей, которая включала в себя сватовство, запой, девичник, саму свадьбу и второй день свадьбы. Здесь мы замечаем расхождения с описанием мордовской свадьбы М. Е. Евсеева [3], который предлагает выделять 7 частей, в число которых входили сватовство, подготовку к свадьбе, свадьба в доме у жениха, свадьба в доме у невесты, встреча гостей жениха, второй день свадьбы.

Респонденты отмечали, что свадьба состояла из 4-5 частей: *«Четыре части было» [№ 1, 55 лет]; «Пять, наверное» [№ 2, 71 год]. И, в основном, это было сватовство, запой, девичник, свадьба и второй день свадьбы, например: «Сватовство, запой, девичник, сама свадьба и второй день свадьбы» [№ 3, 75 лет]; «Сватовство, запой, девичник, свадьба, второй день» [№ 4, 64 года].* Весь процесс подготовки и празднования свадьбы занимал около месяца. Исключение составило бракосочетание самой молодой из опрошенных женщин в 1980-е гг., которая зарегистрировала брак в день сватовства (см. ниже), однако этот случай не был типичным для своего времени. В отличие от «городской», сельская свадьба у всех респондентов по обычаю праздновалась в домах родителей жениха и невесты и не включала никаких выездов за пределы села (например, с целью посещения достопримечательностей), за исключением венчания в церкви.

Первую часть свадьбы составляло сватовство. В этой части свадьбы родители жениха спрашивают у невесты, выйдет ли она замуж за их сына, назначают дату свадьбы или дату запоя и отмечают сговор со спиртным: *«Пришли меня сватать, спросили: выйду я замуж или нет, я сказала, что выйду. Взяли бутылку самогона, вместе выпили, пели песни, разговаривали, назначили дату запоя, когда прийти на запой» [№ 2, 71 год].*

В советской семье свадьба без согласия невесты была невозможна, однако, как следует из приведенного выше фрагмента, в 1950–1960-е гг. заключение брака все еще сохраняло черты соглашения между семьями, а не женихом и невестой непосредственно, и девушка иногда соглашалась на брак под давлением родителей, родственников или знакомых. В других случаях она сама стремилась использовать представившийся ей шанс на

замужество, независимо от степени знакомства с будущим мужем, иногда спешила зарегистрировать брак до традиционной церемонии: *«Я вышла, мама жениха спросила у меня, выйду я замуж за их сына или нет. Я сказала, что выйду. Пили вино, плясали, пели песни. Наши родственники поговорили и назначили дату свадьбы. Я взяла паспорт Сергея, это мой муж, пошла в сельсовет, и мы расписались. Это была пятница, свадьба в субботу»* [№ 1, 55 лет],

Вторая часть свадьбы – это запой, который практиковался не во всех случаях, а, по желанию родителей жениха невесты. На запой приходят родственники молодых, например: *«Монашка эта, мои родственники и родственники жениха»* [№ 3, 75 лет]; *«Родственники жениха и мои родственники»* [№ 4, 64 года]. Запой бывает через две недели после сватовства. На запое сторона жениха дарит подарки невесте, все веселятся: *«Две недели спустя после сватовства, пришли на запой. Много родни пришло. Ну, жених принес вина, мои родители тоже взяли вина, закуску, накрыли на стол, сели, выпили, поели, мне подарили подарки: платки, ситцевую ткань и духи с ароматом сирени. Это были мои подарки. Ну, потом они плясали, пели песни»* [№ 2, 71 год]; *«Спустя две недели после сватовства приехали за мной. Я тоже некрасивой была. ...Ну, пришли на запой, нет, ну да, на запой, пришла и монашка, потом я уже ей понравилась, сыграли пышную свадьбу. На запое пели, плясали. Через две недели потом уже крестный и крестная жениха за мной приехали»* [№ 3, 75 лет]; *«Все плясали, пили, пели, ели и все закончилось»* [№ 4, 64 года].

Третья часть свадьбы – девичник, который проходит в ночь перед свадьбой. На девичнике обычно бывают родственники девушки, ее подруги и их родители: *«Мои подруги и их родители»* [№ 4, 64 года]; *«друзья и родственники»* [№ 5, 82 года]. В этой части свадьбы девушки веселятся, невеста дарит своим подружкам кольца, после этого подруги невесты идут к жениху относить свое приданое – постельное белье: *«Мы с подружками собрались, они принесли конфеты, луковицы. Начали кидать их, а мои подружки ловили, кому что попадется. Потом они ушли к жениху за квасом, и постельное белье относить. Там плясали, пели песни, пришли домой поздно ночью»* [№ 1, 55 лет]; *«Перед свадьбой был девичник. На голове у меня был венок из живых цветов. Ели кашу, пришли все подружки и родственники. Некоторые принесли пряники, некоторые конфеты, некоторые луковицы, и даже кости. Кидали на стол, а мои подруги ловили, кому что попадется. Ну, прошел девичник. Поели кашу. Разошлись по домам»* [№ 3, 75 лет]; *«Свадьба была в субботу, а в пятницу вечером все подружки приходили кушать кашу. Говорят только, что кашу есть, а на самом деле и конфеты, пряники, печенье несут за стол. Наши родители приносили кашу, и как-то весело было. Все молодые девушки сначала кидали конфеты, потом ловили их, а потом разошлись по домам. Было весело, у нас все дома было, не то, что сейчас, в*

ресторанах» [№ 4, 64 года]; «Ели кашу там, кольца раздавала свои подружкам, а кольца какие были, золотые, в ручную делали их, а сейчас все покупают» [№ 5, 82 года].

Следующая часть – это собственно свадьба, которая в мордовском селе во второй половине XX в. включала, наряду с обязательной государственной регистрацией брака, элементы этнических традиционных обрядов и церковной православной обрядности, несмотря на официальную антирелигиозную политику советской власти: *«Пришли родственники невесты, три раза садились за стол. Петуха воровали у невесты, когда крестный и крестная жениха придут за невестой, кто, что умел, то и воровал, кто вино. Поварихи наряжали ухват и считали, ударяя по лбу, сколько пришло гостей или духами брызгали. А за духи тоже деньги брали. Еще когда за мной приехали, посадили меня на подушку. Не знаю, почему так сделали, потом за подушку опять драки устраивать, чтобы не украли ее. Если жених куда-нибудь выйдет, на его место садился крестный, иначе его место могли занять другие, потом опять просили бы деньги. Когда за невестой приезжают, тоже выкуп просят, а дверь закрывают. Вот потом благословили меня, уехали расписываться в сельсовет, потом в церковь венчаться. Венчались в этот же день, когда к жениху ехали, часа в два, после обеда. Потом к жениху поехали, там благословили нас, сели. Подарки нам дарили, целоваться заставляли» [№ 4, 64 года];*

«После запоя, через две недели, была наша свадьба. А до свадьбы венчались в церкви. Расписались в сельсовете. Через две недели приехали за мной. На лошади, запряженной санями. Вел сани крестный жениха. Ну, сюда приехали, родители мои встретили их, опять выпили, поели, потанцевали, песни пели, поймали петуха. Мама моя взяла иконку и благословила нас. Эту иконку отдали с нами. Посадили нас в сани. На ногах у мен были большие валенки, новые, большие валенки, на голове белая пуховая шаль, сверху пальто. Ехали-ехали, доехали до кладбища, рядом с которым шла дорога, лошадь споткнулась, и мы укатились под дорогу. И жених, и крестный жениха, все в одну кучу. Подняли нас, мы поехали к жениху. Встретила нас его мама с хлебом-солью, и с иконкой. Зашли к ним, они накрыли на стол, мы расселись, мне в руки дали мальчика» [№ 2, 71 год].

На свадьбу обычно приглашались соседи, друзья жениха и невесты, родственники с обеих сторон: *«Соседи, мои друзья, друзья жениха, моя семья» [№ 1, 55 лет]; «Крестная и крестный жениха, наши родственники, соседи, друзья» [№ 2, 71 год].*

На второй день свадьбы, который включал гулянье с элементами карнавальная обрядности (ряжение) и традиционным апотропеическим обходом села, также приглашались родственники жениха и невесты, соседи: *«Наши с женихом родственники, соседи» [№ 2, 71 год]; «Собрались с родственниками жениха и пошли ко мне домой. Там плясали, пели, веселились и разошлись» [№ 1, 55 лет], «На второй день утром наши родственники опять*

собрались и решили пройтись вокруг села, все нарядились, кто во что. Кто в жениха, кто в лешего, кто в Бабу-Ягу. Целый круг прошли вокруг села. Пришли домой. Переоделись. И поехали к моим родителям отмечать, там нас уже ждали. Опять накрыли на стол. Родственники жениха пришли. Опять угостили всех, напоили-накормили и пошли домой. И началась простая жизнь» [№ 3, 75 лет].

Начало совместной жизни и адаптация к новым семейным ролям у респондентов либо начинается после завершения свадебных торжеств, либо приходится непосредственно на второй день свадьбы. Опрошенные женщины описывают его как начало трудовых будней, период включения в коллективную работу в новой семье и проверки их трудовых умений родственниками мужа, на которых они стремились произвести наилучшее впечатление: *«Рано утром встали, дома холодно. Мама жениха начала топить печку. Сосед закрыл трубу. Дом наполнился дымом. Я замерзла, начала мыть посуду, порезала палец. Мама мужа начала жарить котлеты в печке, облилась маслом, обожгла руку. В сарае была корова, были овцы, были телята. Я вышла доить корову. А крестная наша смотрела, умею или нет доить корову. Ну, подоила корову, занесла ведро молока домой, процедила. Собрались родственники, поехали обратно к моим родителям. Там опять накрыли на стол – угостили нас. Танцевали, пели, и закончилась наша хорошая жизнь» [№ 2, 71 год].*

Таким образом, респонденты, как и члены семьи мужа, воспринимают свой брак как часть семейного «трудового контракта» в расширенной семье, куда они поступали в качестве невестки в подчинение родителей своего супруга. Несмотря на соответствие семейной жизни их ожиданиям в этом аспекте, большинство из них говорили о своей неудовлетворенности собственно отношениями с мужем, оценивали свой брак как несчастливый и говорили, что вынуждены были его сохранять ради детей и из-за невозможности достичь экономической независимости, не получив профессионального образования и хорошо оплачиваемой работы.

Следовательно, в период заключения первого брака респондентами (50-70-е гг. XX в.), несмотря на распространение на территории Мордовии советского гендерного контракта «работающей женщины-матери», поведение женщин (включая как девушек, вступавших в первый брак, так и их матерей и других старших родственников) в мордовском селе во многих случаях все еще регулировалось традиционной гендерной идеологией, рассматривавшей роль «замужней женщины-домохозяйки» в качестве семейной институциональной карьеры, приоритетной по сравнению с образовательной и профессиональной карьерой. Однако молодое поколение женщин уже не рассматривало эту роль в качестве безальтернативной, следствием чего было ощущение собственной недооцененности и сожаление о поспешно заключенном браке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Здравомыслова Е. А., Тёмкина А. А. 12 лекций по гендерной социологии: учебное пособие. – СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2015. – 768 с.
2. Айвазова С. Г. Трансформация гендерного порядка в странах СНГ: институциональные факторы и эффекты массовой политики // Женщина в российском обществе. – 2014. – № 4. – С. 11–23.
3. Евсеев М. Е. Мордовская свадьба: [Свадебные обряды и причитания]. – Саранск: Мордов. кн. изд-во, 1990. – 383 с.
4. Лебедева Л. В. «Теперь мы равноправные граждане, теперь мы, бабы, такие же люди...» // Российская повседневность в зеркале тендерных отношений: Сборник статей / отв. ред. и сост. Н. Л. Пушкарева. – М.: Новое литературное обозрение, 2013. – С. 583–604.
5. Лежнина Ю. П. Трансформация гендерных ролей в современной России // Общественные науки и современность. – 2013. – № 4. – С. 165–176.
6. Российский гендерный порядок: социологический подход: Коллективная монография / под ред. Е. Здравомысловой, А. Темкиной. – СПб.: Изд-во Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2007. – 306 с.
7. Скорик А. П., Гадицкая М. А. Новые гендерные роли и повседневность женщин в колхозной деревне 1930-х гг. (на материалах Дона, Кубани, Ставрополья) // Российская повседневность в зеркале тендерных отношений: Сборник статей / отв. ред. и сост. Н. Л. Пушкарева. – М.: Новое литературное обозрение, 2013. – С. 538–582.
8. Стяжкина Е.В. Женская и мужская повседневность в условиях смены гендерных контрактов второй половины XX в. // Российская повседневность в зеркале тендерных отношений: Сборник статей / отв. ред. и сост. Н. Л. Пушкарева. – М.: Новое литературное обозрение, 2013. – С. 650–700.

АНДРОС М. Н., ПЕНКИНА В. В.
ИСТОРИЧЕСКИЕ ОБРАЗЫ И СИМВОЛЫ
В КОЛЛЕКТИВНОЙ ПАМЯТИ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ¹

Аннотация. Статья посвящена отражению исторических образов в установках современной студенческой молодежи. Для выяснения сущности исторических образов было проведено исследование, в процессе которого участникам опроса предлагалось назвать деятелей российской истории и художественных персонажей, ассоциирующихся с Россией.

Ключевые слова: историческая память, коллективная память, культурная память исторические образы.

ANDROS M. N., PENKINA V. V.
HISTORICAL IMAGES AND SYMBOLS
IN COLLECTIVE MEMORY OF STUDENT YOUTH

Abstract. The article is devoted to the reflection of historical images in the attitudes of modern students. To clarify the essence of historical images, a study was conducted, during which the survey participants were asked to name figures of Russian history and literary characters associated with Russia.

Keywords: historical memory, collective memory, cultural memory, historical image.

Согласно мнению французского философа и социолога М. Хольбвакса, автора социологической концепции коллективной памяти, каждая группа людей создает свою память о собственном прошлом. «У каждой из этих групп, – пишет М. Хольбвкс, – своя история. В ней можно различить фигуры и события. Но поражает нас то, что в памяти тем не менее на передний план выступают сходства. Рассматривая свое прошлое, группа чувствует, что она осталась той же, и осознает свою самотождественность во временном измерении» [7]. Другими словами, каждая социальная общность находит и артикулирует в своей истории важные для самоидентификации исторические символы, образы и периоды.

Одной из форм появления коллективной исторической памяти является культурно-исторический символ. Согласно трактовке И. Н. Горина и В. В. Менщикова, культурно-исторические символы – «это события, явления, факты и герои прошлого, получившие в исторической памяти конкретной общности определенную значимость, ценностное содержание и трактовку». [3, с. 76]. В свою очередь система взаимосвязанных культурно-исторических символов играет важную роль в формировании и функционировании

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ и Правительства Республики Мордовия в рамках научного проекта «Роль исторической памяти в конструировании общегражданской идентичности молодежи: региональный аспект» (№ 18-411-130004 p_a).

общественной идеологии, в социализации и воспитании личности. Поэтому выявлению подобных символов и образов, составляющих основу исторической памяти тех или иных социальных общностей, посвящено множество исследований как в России, так и за рубежом. [4–6; 15].

Используя данные массового опроса «Историческая память России глазами современной молодежи», проведенного среди учащейся молодежи Республики Мордовия в рамках гранта РГНФ (научный руководитель – доктор социологических наук С.В. Полутин)², мы попытались систематизировать сложившиеся среди современной молодежи символические нарративы. Были проанализированы открытые вопросы, в которых респондентам предлагалось назвать людей (общественных, политических, исторических и культурных деятелей), а также литературных персонажей, с которыми они ассоциируют Россию (см. табл. 1, 2, 3, 4).

Так, среди общественных деятелей лидируют современники (75% ассоциаций). Рассмотрим подробнее названные персоналии. Всего был назван 61 общественный деятель, в том числе 19 исторических персоналий дореволюционного, 12 – советского и 19 – постсоветского периодов, которых можно условно разделить на три группы.

1. Государственные деятели разных исторических эпох, в их число входят Путин, Лавров, Медведев, Сталин, Петр I, Ленин.

2. Политические деятели, среди которых лишь современники, в их числе Жириновский и Навальный (см. табл. 1).

3. Деятели культуры и искусства, в частности Солженицын, Пушкин, Толстой. Наиболее упоминаемы среди них представители дореволюционного периода.

В общей сложности указанные группы составляют 94% всех ответов.

Таблица 1

Лидеры рейтинга общественных деятелей, вызывающих у молодежи ассоциации с Россией (n = 61)

Категории	1 место	2 место	3 место
Государственные деятели	Путин (49%)	Лавров (4%)	Сталин (2%)
Политические деятели	Жириновский (7%)	Навальный (4%)	–
Деятели культуры и искусства	Пушкин (1%)	Солженицын (1%)	Толстой (1%)

² Исследование проводилось в марте – апреле 2019 г. среди учащейся молодежи Республики Мордовия. Опрос проходил в городе Саранске, а также в трех районах республики (Ковылкинском, Рузаевском и Краснослободском). Применялась квотная выборка. Квотируемые признаки – пол, возраст и уровень образования. Общий объем опрошенных респондентов составил 586 человек. Из них юношей – 299 чел. (51%), девушек – 152 чел. (49%) Возраст респондентов – 18–21 год (51%), 22–24 года (49%). 78% являются студентами вузов, 22% обучаются в ссузах.

Среди ассоциаций России с деятелями культуры и искусства также были выделены три группы (см. табл. 2).

Таблица 2

**Лидеры рейтинга деятелей культуры и искусства,
вызывающих у молодежи ассоциации с Россией**

Категории	1 место	2 место	3 место
Литераторы	Пушкин (18%)	Толстой (4%)	Достоевский (4%)
Композиторы и исполнители	Чайковский (3%)	Пугачева (2%)	Шнуров (2%)
Артисты театра и кино	Безруков (4%)	Хабенский (1%)	Никулин (1%)

1. Литераторы (писатели, поэты, литературные критики) вызывают ассоциации с Россией у 39% респондентов. В основном в этот список входят писатели школьной программы, такие как Пушкин, Достоевский, Толстой, Есенин. Если смотреть на распределение по историческим периодам, то большинство указывает представителей «золотого века» русской литературы.

2. Композиторов и исполнителей отметили 15% опрошенных. В лидерах находится достаточно «пестрый» состав: Чайковский, Пугачева, Шнуров, Киркоров и Кобзон. В данном случае перевес ответов идет в сторону современников.

3. Артисты театра и кино, их выбрали 14% опрошенных. Сюда относятся Безруков, Хабенский, Никулин. В данной группе ожидаемо лидируют современники-представители киноиндустрии.

Таблица 3

**Лидеры рейтинга исторических деятелей,
вызывающих у молодежи ассоциации с Россией**

Категории	1 место	2 место	3 место
Государственные деятели	Петр I (26%)	Сталин (9%),	Иван Грозный (7%)
Военачальники и полководцы	Кутузов (6%)	Суворов (5%)	Жуков (3%)
Деятели науки, культуры и искусства	Пушкин (2%)	Ломоносов (1%)	—

1. При ответе на вопрос о том, с какими историческими личностями ассоциируется Россия, около 72% респондентов отметили государственных деятелей – Петра I, Сталина, Ивана Грозного, Ленина. Все указанные персоналии являются достаточно противоречивыми фигурами отечественной истории.

2. Военачальники и полководцы. В основном персоналии, находящиеся в данной категории, можно разделить на две группы: военачальники времен ВОВ и Отечественной войны 1812 г.

3. Деятели науки, культуры и искусства составляют лишь 4% персоналий. Так же, как и в случае с общественными деятелями, перевес идет в сторону политической сферы.

Варианты ответа на вопрос о литературных персонажах были также распределены по трем группам.

Таблица 4

**Лидеры рейтинга литературных персонажей,
вызывающих у молодежи ассоциации с Россией**

Категории	1 место	2 место	3 место
Положительные образы	Онегин (11%)	Болконский (7%)	Богатыри (5%)
Отрицательные образы	Раскольников (4%)	Чичиков (3%)	Базаров (3%)
Амбивалентные образы	Иван-дурак (5%)	Колобок (2%)	—

1. Положительные образы составляют почти половину ответов (48%); в их число входят Онегин, Болконский, а также богатыри и другие сказочные герои.

2. Отрицательные образы отмечали в 25% случаев, лидеры рейтинга – Базаров, Чичиков, Раскольников, Баба-Яга, Кощей.

3. Амбивалентные, неоднозначные герои составили 14% ассоциаций. К ним относятся Иван-дурак, Незнайка, Петрушка, Анна Каренина, Башмачкин.

Исходя из этого, можно сделать вывод о преобладании положительных ассоциаций в массовом сознании молодежи. Кроме того, нельзя не отметить преобладание персонажей, относящихся к школьному курсу литературы.

В ходе опроса респондентов просили ответить на вопрос «Считаете ли вы себя патриотом?», и мы решили узнать, какая же система культурно-исторических символов формирует патриотически настроенную молодежь. Мы применили метод регрессионного анализа, где в качестве независимых переменных использовали ответы респондентов на вопросы «С какими общественными деятелями у вас ассоциируется Россия?», «С какими деятелями культуры у вас ассоциируется Россия?», «С какими литературными персонажами у вас ассоциируется Россия?», а ответ на вопрос о патриотизме – в качестве зависимой переменной. Найденные в результате коэффициенты позволили нам сконструировать два конфликтующих между собой дискурса.

Так, респонденты, считающие себя патриотами, ассоциируют Россию с В.В. Путиным (коэффициент 0,2), отрицательно коррелируют с Навальным (–0,5) и Достоевским (–0,3).

«Антипатриоты» (выбравшие вариант «скорее не ощущаю» и «безусловно не ощущаю») ассоциируют Россию с Навальным (0,2), Обломовым (0,3) и Иваном-дураком (0,3).

Таким образом, можно сделать вывод о том, что доминирующие в исторической памяти студентов нарративы можно сгруппировать по трем историческим периодам: дореволюционный период (включающий в себя преимущественно деятелей XIX в.), советский период (начало – середина XX в.) и постсоветский период (конец XX – начало XXI вв.). Исторические знания и память фрагментарны, размыты и ограничены по времени, временной отрезок, на который распространяется историческая память студентов, включает период в 200 лет. Большая часть символических нарративов носит положительный характер; присутствуют и контрдискурс, но он встречается в меньшинстве.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бойков В. Э. Историческая память в современном российском обществе: состояние и проблемы формирования // Социология власти. – 2011. – № 5. – С. 44–52.
2. Васильев А. Г. Мемориализация и забвение как механизмы производства культурного единства и разнообразия // Фундаментальные проблемы культурологии. – Т.6. Культурное наследие: от прошлого к будущему. – М.; СПб.: Новый хронограф, Эйдос, 2009. – С. 56–68.
3. Горин И. Н., Менщиков В. В. Культурно-исторические символы и историческая память // Историко-педагогические чтения. – 2007. – № 11. – С. 74–78.
4. Крокинская О. К. Культурная память и опыт в практиках конструирования будущего обыденным сознанием // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2016. – № 4 (87). – С. 142–158.
5. Сикевич З. В. Историческое прошлое в социальных ожиданиях россиян // Вестник СПбГУ. – 2014. – № 2. – С. 196–206.
6. Сосницкий Д. Л. Историческая память о допетровской Руси в России второй половины XIX – начала XXI вв.: автореф. дис ... канд. ист. наук. – СПб., 2015. – 24 с.
7. Хальбвакс М. Коллективная и историческая память [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2005/2/ha2.html> (дата обращения 10.05.2019).
8. Хапаева Д. Р. Прошлое как вызов истории. Послесловие // Франция–Память. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 1999. – С 296–323.
9. Шайхитдинова С. К. Эвиатар Зерубавель: «Невозможно понять настоящее без понимания прошлого» // ВЭПС. – 2007. – № 3. – С. 114–117.
10. Шуман Г., Корнинг Э. Д. Коллективное знание об общественно значимых событиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.strana->

oz.ru/2005/3/kollektivnoe-znanie-ob-obshchestvenno-znachimyh-sobytiyah (дата обращения 11.05.2019).

11. Cultural Trauma and Collective Identity / Alexander J. C, Eyerman R., Giesen B., Smelser N. J., Sztompka P. L. – Berkeley, 2004. – P. 264–297.
12. Domanska E. (Re)creative Myths and Constructed History: The Case of Poland // Myth and Memory in the Construction of Community. – Brucella's, 2000. – P. 249–262.
13. Harrison S. Identity as a Scarce Resource // Social Anthropology. – 1999. – Vol. 7(3). – P. 239–251.
14. Misztal B. Theories of Remembering. – Maidenhead/Philadelphia: Open University Press, 2003. – 189 p.
15. Schwartz B. Abraham Lincoln and the Forge of National Memory. – Chicago, 2000. – 251 p.
16. Zerubavel E. Time Maps. Collective Memory and the Social Shape of the Past. – Chicago, 2003. – 184 p.

ДАДАЕВА Т. М., КУЗНЕЦОВА Т. А.

**«ТРЕТЬЕ МЕСТО» ИЛИ ФЕНОМЕН АНТИКАФЕ В ГОРОДСКОМ
ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОГО СОЦИУМА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические аспекты пространства антикафе, служащего для организации культурно-досуговой деятельности в городе. Основное содержание текста составляет анализ и концептуализация феномена антикафе в рамках теорий «третьего места» и «не-места» в поле социологической науки. Исследуются особенности, функции и потребители антикафе как общественного пространства в условиях гипермодерна и общества потребления.

Ключевые слова: антикафе, тайм-кафе, третье место, досуг, не-место, культурно-досуговая деятельность, гипермодерн.

DADAEVA T. M., KUZNETSOVA T. A.

**THIRD PLACE OR THE PHENOMENON OF ANTI-CAFÉ
IN THE MODERN CITY SPACE: THEORETICAL APPROACH**

Abstract. The article deals with the theoretical aspects of the anti-café space used for the organization of cultural and leisure activities in the city. The main content of the text is the analysis and conceptualization of the anti-café phenomenon in the framework of the theories of "third place" and "non-place" in the field of sociological science. The features, functions and consumers of the anti-café as a public space under the conditions of hypermodern and consumer society are studied.

Keywords: anti-café, time club, third place, leisure, non-place, hypermodern, cultural and leisure activity.

Город, являясь физическим и социальным пространством, представляет собой место для различных видов практик, одним из которых выступает досуг. Для заполнения свободного времени в городе создаются различные культурно-развлекательные центры, библиотеки, театры, кинотеатры, кафе и рестораны, стадионы и другие культурные учреждения. Все они направлены на выполнение конкретных функций и удовлетворение потребностей людей. Одним из таких сравнительно новых объектов досуга в городском пространстве является антикафе.

Антикафе (также свободное пространство, тайм-клуб, тайм-кафе) – это публичное пространство, посетители которого оплачивают только время пребывания, поминутно или по часам (еда и напитки могут быть бесплатными или продаваться, но покупать их необязательно, есть бесплатный доступ в Интернет) и обладают большей степенью свободы,

чем в обычных кафе и ресторанах. Главная цель пребывания посетителей – проведение досуга (настольные игры, чтение, мастер-классы и т.д.) или работа (как офис для фрилансеров и т.д.).

Писатель Иван Митин стал основателем первого российского антикафе «Дом на дереве», где можно было находиться любое количество времени с книгой и чаем, а в качестве оплаты отдать сумму, которую не жалко [3]. Первым антикафе в России, где посетители платили поминутно (1 минута – 1 рубль) было антикафе «Циферблат». Гости там могли пить чай, кофе, есть сладости, к тому же, напитки разрешалось приносить из дома. Фирменной маркой стал будильник, который гости получали на пороге [4]. В мировой практике подобные кафе также известны. Так, в одном из кафе Вены можно заказывать разные блюда и оплачивать их по своему усмотрению. В Лондоне посетителям кафе с почасовой оплатой предлагают чай, кофе и маленькие пирожные (без ограничений), а также услуги специалиста по шитью и кройке (обучение шитью) [8].

В последние годы антикафе пользуются большой популярностью и открываются по всей России, особенно в крупных городах. В настоящее время в Москве существует 98 [1], в Санкт-Петербурге – 99 различных антикафе [2].

Цель данной статьи – используя различные социальные теории публичных мест, городского пространства, попытаться концептуализировать феномен антикафе и выявить теоретическую логику данного нового явления.

Антикафе как любое публичное место всегда связано с социальным пространством и взаимодействием. Изучению социального пространства в социальной теории уделялось большое внимание. Французский социолог и политический философ Анри Лефевр утверждал, что социальное пространство – не одна вещь из многих, не продукт среди других продуктов; оно включает в себя вещи-продукты, содержит в себе их отношения в их сосуществовании и синхронности: (относительном) порядке и/или (относительном) беспорядке. Оно – результат последовательности или комплекса операций, которое несводимо к простому объекту. Однако в нем нет ничего от фикции, ирреальности или «идеальности», сравнимых с теми, что присущи знаку, репрезентации, идее или сновидению. Являясь результатом действий, совершенных в прошлом, оно само позволяет действиям происходить, побуждая их или запрещая. Среди этих действий одни связаны с производством, другие – с потреблением, то есть с использованием результатов производства. Социальное пространство охватывает разнообразие знаний [9]. Согласно А. Лефевру, пространство может быть больше понято как продукт социального взаимодействия, чем как самостоятельная данность.

Городское пространство, вмещающая в себя различные публичные места, всегда является пространством социального взаимодействия, «коммуникабельности», как особой социальной формы, одного из базовых человеческих импульсов, независимых от рациональных или экономических интересов [6].

Отличие пространства от места, согласно де Серто, состоит в том, что, если место не используется людьми, оно не является пространством: «...пространство – это место, которое используется в практике. Так улица, геометрически определенная городской планировкой, трансформируется пешеходами в пространство» [12, с.219].

Изучение феномена антикафе тесно связано с теориями устройства современного городского пространства. Так, американский градостроитель Шарон Зукин исследовала символическую экономику Манхэттена в своей книге «Городская культура», уделяя особое внимание ее индивидуальному местоположению в качестве места встречи потоков капитала и культурных потоков, таких как Брайант-парк, расположенный недалеко от Публичной библиотеки на Шестой авеню. Новое видение парка предполагало его превращение в более открытое место, строительство в нем кафе и киосков. Впоследствии парк стал популярным местом отдыха и увеличил привлекательность прилегающего района, став важным компонентом его маркетинга. Зукин называет эту стратегию умиротворения с помощью «капучино», где происходит присвоение конкретного парка капиталом как процесс апроприации городов, когда музеи и галереи, концертные залы, кафе и рестораны работают на «символическую экономику» городов, «продавая» города, как местным обитателям, так и туристам [7].

В данном контексте феномен антикафе хорошо вписывается в новую стратегию маркетинга города, делая его еще более привлекательным, как для местных жителей, так и для туристов. Французский социолог П. Бурдьё исходил из идеи о том, что социальное пространство организовано взаимодействием трех типов капитала: экономического, культурного, социального [5]. Со всей определенностью можно сказать, что антикафе – это взаимодействие, проявление сближения культурного (досуговая функция), экономического (коммодифицированного) и социального (функция коммуникации) в пространстве города. Особенно это актуально в условиях общества потребления.

Американский социолог Рэй Ольденбург, автор концепции «третьего места», провел анализ популярных мест, которые часто посещаются людьми и где, как правило, происходят основные неформальные коммуникации. По мнению автора, в жизни каждого человека есть несколько мест: первое место – это его дом (место жительства), второе место – это его работа, а третье место – это место, способное объединить в себе черты публичного и

приватного пространств, место у которого есть свой дух, который создается теми людьми, которые его посещают. Чем больше интересных людей бывают в определенном месте, тем это место становится более интересным и популярным [10].

Согласно концепции Ольденбурга, категория «третье место» охватывает ряд мест, где люди проводят свое свободное время с другими людьми на неформальной, добровольной основе. К таким заведениям относятся кафе, антикафе, книжные магазины, бары, столовые, спортивные залы, салоны красоты, галереи и т.д.

Р. Ольденбург, выделил следующие важные компоненты в организации «третьего места»:

1) атмосфера заведения: помещение должно быть наполнено доброжелательной атмосферой, располагающей к общению незнакомых людей разных профессий, разных взглядов;

2) люди посещают данные места регулярно, чувствуя в них себя комфортно;

3) демократичность, доступность цен, т.е. «третье место» должно быть доступно по ценам для большинства людей;

4) близкое месторасположение и легкий доступ от дома или от работы для большого количества посетителей;

5) возможность получения (приобретения) в данном заведении еды и напитков [10].

Согласно взглядам М. Оже, антикафе можно концептуализировать как «не-место», которое создает (производит) гипермодерн, поскольку оно не имеет отношения к местам памяти, к так называемым антропологическим местам. По мнению автора, если место может быть определено как создающее идентичность, формирующее связи, имеющее отношение к истории, то пространство, не определяемое ни через идентичность, ни через связи, ни через историю, является «не-местом». «Не-места» не связывают исторические места, подвергшись инвентаризации, классификации и отнесению к «местам памяти», занимают в современности специфическое, строго очерченное место. К «не-местам» применимо многое из того, что характеризует места. Место и «не-место» скорее являются зыбкими полярностями: первое никогда до конца не исчезает, а второе никогда не осуществляется полностью [11, с.84-86].

По сути «третье место» и «не-место» содержательно и концептуально как теоретические конструкты совпадают, это места или пространства современного города, созданные искусственно в условиях новой темпоральности городов с их преходящим, фрагментированным характером жизни современного города.

Что же представляют собой современные антикафе?

Обычно антикафе состоит из зала или нескольких комнат, где гости могут свободно передвигаться. В одной из таких комнат есть зона для угощений, где посетители могут сами приготовить чай, кофе и сладости. В большинство заведений такого формата можно приносить свою еду и напитки, однако, как правило, курение и алкоголь запрещены.

Посетители анти-кафе могут: 1) отдыхать (собраться большой компанией и поиграть в настольные игры, посмотреть кино и т.д.); 2) работать (многие антикафе являются коворкингами (коллективными офисами) для дизайнеров, программистов, фрилансеров); 3) заниматься творчеством (мастер-классы, лекции, кинопоказы, выставки и презентации книг).

Основными потребителями антикафе в большинстве случаев являются студенты и профессионалы в разных областях внештатной деятельности, фрилансеры. Если для первых антикафе – место проведения досуга (общения), то для вторых – удобное место в центре города, где можно спокойно уединиться и поработать, воспользовавшись бесплатным Wi-Fi.

Одинокий и при этом неотличимый от остальных пользователь «не-места» вступает с ним в договорные отношения в эпоху гипермодерна. Инструкции по использованию «не-места» являются их неотъемлемой частью: поминутная (почасовая) оплата в антикафе, купленный билет (в аэропорту, на вокзале), карта, которую нужно предъявить на пропускном пункте, тележка, которую покупатель использует в супермаркете. Все это создает договорное уединение одинокого потребителя «не-места» [11, с.45].

Концептуализируя антикафе в рамках теории «третьего места», можно сказать, что антикафе – это публичное место неформального взаимодействия в городском пространстве с целью удовлетворения потребности в общении, отдыхе, занятости и способ привлечения внимания туристов и горожан. В тоже время, антикафе выступают «не-местом», формируя инфраструктуру гипермодерна как пространства временного нахождения (наряду с отелями, хостелами, гостиницами, вокзалами, аэропортами и т.д.), отодвигая на задний план первое место – дом. Однако и эти «не-места» формируют свои (новые) идентичности и создают сеть взаимодействий в современном городе.

Таким образом, антикафе в городе с социологической точки зрения – это специфическое пространство взаимодействия людей и отношения, выстраиваемые индивидами с этим пространством, организовывая в нем часть своей повседневной жизни. В условиях гипермодерна, более чем в эпоху модерна, люди получают новый опыт одиночества, обусловленный появлением и распространением «не-мест», «третьих мест» (книжные магазины, автострады, гостиницы, лагеря для беженцев, гипермаркеты, аэропорты,

самолеты и т. д), которые создают единую общую схожую идентичность пассажиров, клиентов, покупателей, посетителей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Антикафе в Москве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.2do2go.ru/msk/antikafe> (дата обращения 12.10.2018).
2. Антикафе в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://spb.zoon.ru/restaurants/type/antikafe/> (дата обращения 12.10.2018).
3. Антикафе «Дом на дереве» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://a-a-ah.ru/domnadereve> (дата обращения: 12.10.2018).
4. Антикафе «Циферблат» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ziferblat.net/> (дата обращения 12.10.2018).
5. Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология. – 2002. – № 5. – С. 60–74.
6. Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь // Логос: Журнал по философии и прагматике культуры. – 2002. – № 3-4. – С. 23–24.
7. Зукин Ш. Культуры городов. – М.: Новое литературное обозрение, 2018. – 424 с.
8. История создания антикафе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.minimum-price.ru/articles/istoria_sozdania_antikafe/ (дата обращения 12.10.2018).
9. Лефевр А. Производство пространства / пер. с франц. И. Стаф. – М.: Strelka Press, 2015. – 432 с.
10. Ольденбург Р. Третье место. Кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок...» / пер. А. Широканова. – М.: Новое литературное обозрение, 2018. – 456 с.
11. Серто Мишель де. Изобретение повседневности. 1. Искусство делать / пер. с фр. Д. Калугина, Н. Мовниной. – СПб.: Изд-во Европейского ун-та в Санкт-Петербурге, 2013. – 328 с.
12. Оже М. Не-места. Введение в антропологию гипермодерна. / пер. с франц. А. Ю. Коннова. – М.: Новое литературное обозрение, 2017. – 136 с.
13. Трубина Е. Г. Город в теории: опыты осмысления пространства. – М.: Новое литературное обозрение, 2011. – 512 с.

КАСАТКИНА Н. П., ШУМКОВА Н. В., СОСИНА И. Е.

КЛАССИКА СТУДЕНЧЕСКОЙ ПОДРАБОТКИ:

МАСШТАБ И ФАКТОРЫ ЗАНЯТОСТИ РЕПЕТИТОРСТВОМ¹

Аннотация. В статье анализируются результаты социологических исследований, посвященных изучению репетиторства как вторичной занятости студентов. В качестве эмпирической базы используются материалы фокус-группового исследования самозанятой молодежи Республики Мордовия. Оцениваются масштаб и факторы распространенности репетиторства среди студенческой молодежи.

Ключевые слова: вторичная занятость, репетиторские услуги, рынок труда, самозанятость, студенты.

KASATKINA N. P., SHUMKOVA N. V., SOSINA I. E.

CLASSICS OF STUDENT PART-TIME JOBS:

SCALE AND PREVALENCE OF PRIVATE TUTORING

Abstract. The article analyzes the results of sociological studies of private tutoring as a part-time employment of students. As the empirical base, the materials of a focus-group study of self-employed youth of the Republic of Mordovia are used. The scale and prevalence of private tutoring among the students is assessed.

Keywords: part-time employment, tutoring services, labor market, self-employment, students.

Репетиторство – сравнительно традиционная трудовая практика в сфере образовательных услуг [5; 6], ее распространенность в разные исторические периоды нашей страны претерпевала значительные изменения. В современном российском обществе, ввиду достаточно значимой общественной потребности и наличия артикулированных социальных функций, соответствующие практики приобретают институционализированный характер. Так, по данным исследовательского центра Superjob, в 2017 г. репетиторскими услугами воспользовалось 27% российских семей, где есть дети-школьники. «Чем старше ребенок, тем больше потребность в дополнительных занятиях: среди родителей младших школьников репетиторов нанимают 16%, для учеников 5–6 классов – 22%, для учеников 7–9 классов – 28%, для старшеклассников – 43%» [10].

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).

Репетиторы как особая социально-профессиональная группа, относящаяся к категории самозанятых, является довольно дифференцированной общностью. Согласно наблюдениям М. Брея, в отличие от достаточно гомогенного по социально-демографическим и квалификационным характеристикам сообщества учителей, сообщество репетиторов имеет значимые различия: «Во многих местах учащиеся зарабатывают на карманные расходы репетиторством с учащимися начальной школы, и аналогичным образом студенты университета занимаются с учащимися средней школы. На другом конце возрастной шкалы находятся репетиторы из числа пенсионеров, которые хотят приносить пользу обществу и заработать дополнительные деньги» [2, с. 69–70].

Несомненно, что ядро репетиторского цеха образуют преподаватели и учителя. Их неформальная вторичная занятость достаточно изучена с точки зрения мотивов, факторов, социальных эффектов и последствий [7]. Однако другие представители социально-профессиональной группы репетиторов, в частности студенты, только попадают в поле внимания социологов. Среди авторов, прямо или косвенно упоминающих репетиторство в качестве способа совмещения работы и учебы, можно отметить лишь Е. Д. Вознесенскую, Д. Л. Константиновского и Г. А. Чередниченко [3; 8], Л. Х. Гитиса [4], Е. Н. Юдину и В. Н. Тренева [12], А. М. Нагимову и Ф. Р. Сафиуллина [9].

В связи с этим целью настоящего исследования является определение масштабов, факторов распространения репетиторства в структуре вторичной занятости студенчества, а также социальных эффектов от реализации соответствующей практики.

Масштабы распространенности. Данные исследований российских социологов свидетельствуют о том, что репетиторством занимается каждый десятый студент вуза очной формы обучения. В частности, подобные цифры озвучивают Е. Д. Вознесенская, Д. Л. Константиновский и Г. А. Чередниченко [3]. А. М. Нагимова и Ф. Р. Сафиуллина указывают, что традиционно сферой, где востребован студенческий труд, является сфера образования и культуры, где подрабатывают около 10% студентов вузов Казани.

В проведенном в 2019 г. опросе студентов старших курсов вузов г. Саранска² были получены данные, согласно которым репетиторством занимаются 11% (213 чел.) студентов. В основном эта практика распространена среди студентов направлений подготовки, связанных с образованием и педагогикой (39% от всех занимающихся репетиторством), с общественными и гуманитарными науками (21%). Как правило, это женский вид занятости, девушек в нем большинство – 79%.

² Сплошной опрос студентов вузов Республики Мордовия старших курсов дневной формы обучения проведен ГКУ РМ «Научный центр социально-экономического мониторинга» в марте–мае 2019 г. Количество опрошенных составило 1905 чел.

Рыночная востребованность услуг студентов-репетиторов. По мнению исследователей, введение ЕГЭ стало своего рода катализатором количественного роста потребности в репетиторских услугах и изменения требований к социально-профессиональным и квалификационным характеристикам претендентов на их оказание. Это, на первый взгляд, снизило востребованность студенческих услуг: «этот вид заработка, столь распространенный среди студенчества дореволюционной России и сохранявший свою популярность в советские времена, сегодня явно “перехватывают” соперники более старшие и квалифицированные – преподаватели школ и вузов» [8, с. 38].

Однако студенты постепенно захватывают значительный сегмент репетиторских услуг для семей с детьми младшего школьного возраста (а в некоторых случаях – дошкольников), где они предлагают «обеспечить получение базовых знаний, достаточных для получения удовлетворительной оценки по предмету» [1, с. 121].

Материалы фокус-группового исследования, проведенного с представителями самозанятой молодежи Республики Мордовия³, подтверждают указанную тенденцию. Мнение студентки, подрабатывающей репетиторством: *«Первая девочка у меня была третьеклассница. У меня даже не спрашивали, какое у меня образование. Сейчас, когда у меня много детей, я поняла, что обычно для 3, 4, 5 классов нанимают, потому что нет времени самим делать домашнюю работу с ребенком. Родители сами говорят, сделайте домашнюю работу и объясните, что он не понял на уроке»* [А., студентка 4 курса, опыт работы репетитором – 2 года].

Мотивация студентов. Отечественные исследователи студенческой трудовой занятости сходятся в одном: для большинства студентов вузов она является жизненной необходимостью. Как верно подметила А. В. Родионова, «совмещение студентами учебы в вузе на дневном отделении с работой – широко распространенное явление, вызванное динамикой развития российского общества, его экономическими и политическими преобразованиями. Объем бюджета на финансирование высшего образования ни сейчас, ни в дальнейшем не предполагает содержание студентов за счет государственных дотаций, кроме специально означенных в законе групп населения» [11, с. 83].

Материальная мотивация является доминантой деятельности студентов-репетиторов. На это указывают данные фокус-группового исследования: *«Я не думала сначала этим заниматься, я просто хотела какой-то независимости от родителей, не сидеть на шее у них, иметь свои средства»* [А., студентка 4 курса, опыт работы репетитором – 2 года], *«Я*

³ Фокус-группы проведены в феврале-марте 2019 г., количество участников каждого исследования – 6 человек. Критерии отбора – наличие опыта самозанятости, возраст от 18 до 35 лет.

считаю, что это приличная подработка, когда студент, это очень помогает в плане финансов» [И., студентка 4 курса, опыт работы репетитором – 4 года].

Вторым, не менее важным фактором выбора подработки является гибкость рабочего графика. Согласно Е. Н. Юдиной, В. Н. Трениву, репетиторство является одной из выигрышных стратегий, позволяющей студентам удачно совмещать работу и учебу [12]. «График приема учеников или выезда к ним домой составляет сам студент-репетитор. Можно договориться, где принимать учеников. А сколько человек в день или неделю – может решить сам репетитор. Если он сильно загружен на своей учебе, можно сократить количество учеников, если, наоборот, больше свободного времени, то можно увеличить занятость» [12, с. 55]. Из материалов фокус-группы: *«Искала работу, смотрела объявления, но там график не удобный для меня. У нас учеба то в первую, то во вторую смену. И поэтому я начала думать, чем таким можно заниматься, чтобы работать на себя, вне зависимости от графика»* [А., студентка 4 курса, опыт работы репетитором – 2 года].

Существенным фактором выбора репетиторства в качестве вторичной занятости и способа заработка является хорошая база знаний и навыков студентов «в тех областях, которые нужны его ученикам» [12, с. 56]. Репетиторство чаще всего выбирают те, кто еще до поступления в вуз успел накопить определенный опыт. *«Начала заниматься этим еще в лицее для одаренных детей, у меня был математический профиль, поэтому я решила себя в этом попробовать»* [И., студентка 4 курса, опыт работы репетитором – 4 года]. *«У меня хоть профиль и не математический, но у меня золотая медаль. Школьная программа же...»* [А., студентка 4 курса, опыт работы репетитором – 2 года].

Социальный эффект студенческого репетиторства. По мнению Д. М. Янбарисовой, стратегия совмещения учебы с работой «может быть дополнительным источником знаний и навыков и мотивации к обучению» [13, с. 232]. Что касается репетиторства, то оно в первую очередь предполагает возможности формирования и развития у студентов практических педагогических компетенций: *«Дети разные. Мне с младшими классами гораздо сложнее, потому что у них интересы – планшет, игрушки, и родители с этим ничего не могут сделать. Сначала я не знала, как в таких ситуациях быть... Потом уже приспособилась, придумала занятие, играем в крестики-нолики, он проигрывает – решает пример. Обычно это уже под конец занятия, когда повторение материала. Я раза три выигрываю, потом приходится проиграть, чтоб ему интересно было»* [А., студентка 4 курса, опыт работы репетитором – 2 года].

Кроме того, репетиторство оказывает существенное материальное подспорье и расширяет возможности студентов для успешной адаптации на рынке труда после завершения обучения в вузе.

Как следует из материалов исследования, репетиторские услуги востребованы в современном обществе, этот вид студенческой подработки сохраняет свой традиционный характер. Репетиторство как вторичная занятость студентов – довольно распространенная практика, выполняющая ряд позитивных функций: экономическую, образовательную, коммуникативную, адаптационную. Однако, роль этой занятости в профессиональной социализации студентов-репетиторов важна и в формировании их профессионально-трудовых траекторий после завершения обучения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балакина Т. П. Экономика репетиторства: мотивы, стимулы, модели // Экономика образования. – 2012. – № 2. – С. 115–123.
2. Брэй М. Частное дополнительное обучение (репетиторство): сравнительный анализ моделей и последствий // Вопросы образования. – 2007. – № 1. – С. 65–83.
3. Вознесенская Е. Д., Константиновский Д. Л., Чередниченко Г. А. «Кончить курс и место достать»: Исследование вторичной занятости студентов // Социологический журнал. – 2001. – № 3. – С. 101–120.
4. Гитис Л. Х. Репетиторство как элемент качественного образования // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал). – 2004. – № 12. – С. 24–26.
5. Жеравина А. Н. Повседневная жизнь студентов Томского университета на рубеже XIX–XX вв. [Электронный ресурс // Вестн. Том. гос. ун-та. – 2004. – № 281. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/povsednevnyaya-zhizn-studentov-tomskogo-universiteta-na-rubezhe-xix-xx-vv> (дата обращения: 01.06.2019).
6. Иванов А. Е. Мир российского студенчества: конец XIX – начало XX века. – М.: Новый хронограф, 2010. – 360 с.
7. Клименко Л. В., Посухова О. Ю. Профессиональная идентичность школьных учителей в условиях прекариатизации социально-трудовых отношений в крупных городах России // Вопросы образования. – 2018. – № 3. – С. 36–67.
8. Константиновский Д. Л., Чередниченко Г. А., Вознесенская Е. Д. Работающий студент: мотивы, реальность, проблемы. – М., 2009. – 72 с.
9. Нагимова А. М., Сафиуллина Ф. Р. Совмещение обучения в вузе и трудовой занятости студентов Казани // Социологические исследования. – 2014. – № 4. – С. 121–124.
10. Почти половина российских семей, где есть старшеклассник, оплачивает репетиторов [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://www.superjob.ru/research/articles/112087/pochti-pоловина-rossijskih-semej> (дата обращения: 01.06.2019).

11. Родионова А. В. Трудовая занятость студентов в контексте обучения (на примере Санкт-Петербурга) // Теория и практика общественного развития. – 2011. – № 7. – С. 80–85.

12. Юдина Е. Н., Тренев В. Н. Студенты вузов на рынке труда // Наука и школа. – 2017. – № 6. – С. 53–58.

13. Янбарисова Д. М. Работа во время учебы в вузах Татарстана: влияет ли она на успеваемость? // Вопросы образования. – 2014. – № 1. – С. 217–235.

ДАДАЕВА Т. М., СНОВАЛЬНИКОВА У. А.

**ОТРАЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ В НОВЫХ МЕДИА
(НА ПРИМЕРЕ ВИДЕОБЛОГА YOUTUBE-КАНАЛА TRASHSMASH)**

Аннотация. В статье исследуются особенности отражения социальных проблем в новых медиа, функционирующих в интернет-пространстве. Представлены результаты контент- и дискурс-анализа одного из научно-популярных YouTube-каналов, TrashSmash, представляющего собой видеоблог.

Ключевые слова: социальные проблемы, новые медиа, интернет-пространство, видеоблогинг, видео-контент, YouTube, TrashSmash, контент-анализ, дискурс-анализ, целевая аудитория.

DADAEVA T. M., SNOVALNIKOVA U. A.

**REFLECTION OF SOCIAL PROBLEMS IN NEW MEDIA:
A STUDY OF VIDEOBLOG TRASHSMASH ON YOUTUBE**

Abstract. The article studies the features of the reflection of social problems in the new media on the Internet. The article presents the results of a content and discourse analysis of a popular YouTube channel, TrashSmash, which is a video blog.

Keywords: social problems, new media, Internet, video blogging, video content, YouTube, TrashSmash, content analysis, discourse analysis, target audience.

С развитием компьютерных технологий активно развиваются средства массовой информации в интернет-пространстве. Одной из разновидностей новых медиа, переживающих сегодня период бурного развития, являются видеоблоги. Появление первого в мире видеоблога относят к 2000 году, когда американец Адам Контрас отправил в свой блог видеосообщение для своей семьи и друзей о поездке через всю страну в Лос-Анджелес в поисках шоу-бизнеса [16]. Именно данная запись в блоге А. Контраса считается родоначальником такого явления как видеоблогинг.

В Оксфордском словаре современного языка блог – это регулярно обновляемый веб-сайт или веб-страница, который, как правило, управляется индивидуально или небольшой группой, где текст пишется в неофициальном или разговорном стиле. Другое определение видеоблога (vlog) – это персональный сайт или страница в социальной сети, где человек регулярно размещает короткие видео [18].

Потенциал влияния видеоблогинга на общественное мнение сегодня трудно переоценить. Выступая своеобразной формой веб-телевидения, видеоблогинг становится очень популярным средством передачи информации, когда мультимедийной средой является

видео, которое пользователь размещает в интернете. Если видео-контент является интересным по содержанию и отснят качественно, то данный видеоблог имеет, как правило, большую целевую аудиторию. Как считают исследователи, сегодня Интернет вступил в прямую конкуренцию за аудиторию с традиционным телевидением, популярность которого постепенно падает [6].

Необходимо отметить, что как новые медиа некоторые видеоблоги, имея большое количество подписчиков, могут быть приравнены к СМИ и попадают в поле нормативного регулирования со стороны государства¹. На сегодняшний день правовое обеспечение видеоблогинга в России находится еще в стадии разработки, хотя некоторые нормы уже приняты.

Проблема видеоблогинга слабо изучена как отечественными, так и иностранными исследователями. К данному понятию обращались такие зарубежные авторы как J. R. Young [21], J. Lim [19], M. Kaminsky [17]. Следует отметить российских ученых, изучающих видеоблогинг в различных аспектах: как разновидность новых медиа в сравнении с традиционными [3; 7; 8; 10; 13], популярность влогов в информационном пространстве [2; 11], жанрово-тематическая классификация, функции видеоблогинга [7; 12; 14] и др.

Популярность видеоблогинга среди молодежи можно объяснить развитием у молодого поколения клипового мышления, когда информация воспринимается отрывисто в виде не всегда связанных между собой событий, фактов, изображений. При клиповом мышлении мир видится через яркие и короткие образы, сообщения, через ленту новостей или небольшие видеоролики [1; 3]. Кроме того, визуальность передаваемой информации также способствует широкому распространению видеоблогов и их преимуществу перед традиционными текстовыми записями. В настоящее время видеоблоги могут на равных конкурировать с телевидением.

Наиболее известным и популярным сайтом для обмена видео считается канал YouTube. Здесь огромное количество пользователей выставляет и продвигают свои видео. По результатам опроса Компании Ipsos², 49% пользователей YouTube в возрасте от 18 до 34; 78% – ежедневно заходят в Интернет; 58% – используют для просмотра видео мобильный телефоны; 50% считают, что YouTube – хостинг, где можно найти качественные каналы;

¹ В апреле 2014 года в Государственной Думе был принят Федеральный Закон, согласно которому, если сайты или страницы блогера посещают более 3000 человек в сутки, то они приравниваются к СМИ. Штукина, Е. Госдума окончательно приравнивала популярных блогеров к СМИ // Интерфакс. Ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interfax.ru/russia/373152> (дата обращения: 21.03.2018).[60]. В 2017 году данный закон был отменен, на данный момент он находится на доработке.

² По заказу Google в 2014 году исследовала пользователей YouTube во всех странах мира.

главные причины просмотра: развлечение и отдых (86%), обучение и новости (71%), общение и обмен материалами (62%); 4 % считают, что YouTube для них играет более важную роль, чем телевидение; 72% считают, что на YouTube больше уникального контента, чем на телевидении [5].

Изучение подобных каналов с точки зрения содержания и отражения социальных проблем является весьма актуальным для современной социологии и журналистики.

Цель данной статьи – исследовать отражение социальных проблем в видеоблогинге в российском интернет-пространстве. Методами исследования выступили контент- и дискурс-анализ видеороликов с сайта YouTube научно-популярного канала TrashSmash, а также анализ структуры и целевой аудитории данного видеоблога.

Основными показателями для анализа видеоблогов выступают следующие:

- 1) количество просмотров (определяет коммерческую эффективность видеоблога);
- 2) количество лайков (определяет уровень одобрения аудиторией просмотренного контента, чем больше лайков, тем лучше, по мнению аудитории контент, и тем больше его будут смотреть другие пользователи);
- 3) количество подписчиков на канале блогера (определяет как коммерческую эффективность видеоблога, чем больше подписчиков, тем популярнее блогер, тем дороже будет стоить реклама на его канале для рекламодателей, и тем эффективнее она будет работать, так и содержательную эффективность);
- 4) аудитория (социально-демографический (пол, возраст, семейное положение), социально-образовательный (уровень образования), социально-профессиональный состав (род деятельности, профессиональный статус), территориальная принадлежность).

Автором проекта TrashSmash является Валентин Конан (видеоблог был зарегистрирован 17 ноября 2011, всего на данный момент на канале 20 778 899 просмотров и 416 476 тысяч подписчиков.). Структура блога, следующая: каждый ролик (запись) имеет заголовок (название) и короткое описание, ключевые слова (теги). Канал позиционирует себя как художественный научно-популярный. Также существует дочерний блог – канал Smash (дата регистрации: 26.02.2016, 14 787 177 просмотров, 323 046 подписчиков), где В. Конан отвечает на вопросы подписчиков и выкладывает «за кадром». Материал часто представляется с критикой «общественного мнения», которое формируется в традиционных СМИ (токшоу и т. д.). Ролики сняты с помощью хорошей режиссуры, основаны на качественном сценарии и монтаже, в них присутствует юмор. Информация представлена системно и аргументированно. Примечательно, что под видео каждого ролика располагается ссылка, где можно найти все источники (в основном публикации ученых, специализирующихся по данной проблеме, опубликованные данные репрезентативных социологических опросов, законодательные акты и др.), на которые ссылался блогер в том

или ином ролике, что действительно позволяет отнести данный канал к научно-популярным, представляющий информацию, основанную на проверенных и опубликованных фактах.

Как сказано выше, в блоге выкладывают обзоры и разгромы различного треша, развенчание мифов, предрассудков и заблуждений, в той или иной мере распространенных в обществе. В основном проекте можно выделить два основных аспекта видео это: 1) разоблачение лженаучных явлений; 2) просвещение аудитории. К разоблачительному контенту можно отнести рубрику фрик-шоу, где создатель канала подвергает сомнению высказывания некоторых деятелей и объясняет в чём они не правы, опираясь на научные факты и исследования в данной сфере.

За восемь лет существования на канале вышло 48 роликов с различным тематическим содержанием. Расположим тематические блоки роликов в зависимости от количества подписчиков (просмотров), начиная с самых популярных (см. табл.).

Таблица

Рейтинг роликов канала TrashSmash в зависимости от количества просмотров

№	Название ролика	Количество просмотров	Количество лайков	Количество дислайков	Количество комментариев
1	Сождение гомофобов	1 466 567	90 000	6100	27 059
2	Догма наркополитиков	1 023 893	67 000	1400	7 090
3	ГМОфобии	916 527	76 000	1200	9 255
4	Дьявол может сыграть [ДСМ]	892 655	60 000	1400	5431
5	Фрик-шоу Стерлигов	864 236	48 000	1700	5193
6	Фрик-шоу (Савельев) профессор	772 650	53 000	2900	10 472
7	Религии (Религия под лупой скептицизма)	766 304	44 000	1300	5229
8	Фрик-шоу Ванга	720 656	36 000	529	1862
9	[Запойный] TrashSmash	679 841	45 000	1300	3813
10	Фрик-шоу люди-дельфины	651 129	46 000	480	3053
11	[Изгнание] мракобесов	647 673	56 000	557	4004
12	ЭКО. Медицина VS религиозная этика	646 185	57 000	590	5829
13	Фрик-шоу «Мать Тереза»	640 351	35 000	893	1659
14	Гомеопатия. Гомеолоббисты	604 797	43 000	863	4008
15	Пираты цифровой сети: мертвецы не слушают mp3	583 296	45 000	401	2248
16	Фрик-шоу Левашов	546 695	24 000	1300	3423
17	Фрик-шоу Савельев повелитель мозга	502 222	36 000	1500	7826

Продолжение Таблицы

18	Фрик-шоу Горяев	502 058	19 000	318	1341
19	Наше я душа и мозг	452 850	56 000	724	5971
20	Почему война никогда не меняется Армия оружие.	443 136	51 000	3700	9692
21	Казнить нельзя помиловать	441 741	27 000	503	1374
22	Душа VS мозг	423 409	22 000	570	2876
23	Фрик-шоу Ирина Ермакова	422 367	17 000	288	1159
24	Фрик-шоу Владимир Жданов	404 576	19 000	1700	2672
25	Религиозная аморальность	388 331	22 000	499	2102
26	Тайны тела- у активистов пригорело?	361 141	22 000	176	1170
27	Нуарный дневник обвинение жертвы\ эффект Китти	352 402	49 000	2500	13 629
28	Солнцееды: как стать овощем	334 921	14 000	308	869
29	Обзор фильма «Секрет»	294 681	12 000	671	1287
30	Бесконтактный бой (Аарт для бедных)	293 419	35 000	657	2711
31	Борьба с абортами или женщинами?	290 790	19 000	447	3820
32	Пушной ядерный зверек	275 279	30 000	1000	3381
33	«Магия» обмана	259 737	11 000	134	417
34	Миф о сотворении	244 402	12 000	316	1674
35	Об астрологии	240 723	11 000	228	962
36	trash\smash новогодний 2017	227 875	37 000	249	2413
37	новогодний trash\smash 2016	201 395	28 000	235	2494
38	Миф о телегонии	192 640	8 300	853	1879
39	новогодний trash\smash 2015	168 387	12 000	109	1131
40	миф об эффективности НЛП	161 873	6 100	42	1
41	trash\smash новогодний	151 614	24 000	568	2721
42	миф об опасности ГМО	139 627	7 800	293	1037
43	о гомеопатии и бадах	126 634	5 700	135	668
44	Smash“s journal	122 617	14 000	83	585
45	Миф о вреде прививок	108 887	6 200	308	1164
46	Свобода — это возможность сказать, что дважды два — четыре	108 583	5 800	62	223
47	trash\smash новогодний 2014	70 112	5 200	52	290
48	Вся правда об интернете. (Стеб)	68 006	3 800	108	134

Из 48 проанализированных видеоматериалов по критериям количество просмотров и количество лайков в топ пяти входят: «Сождение гомофобов» (отношение к гомосексуалам) (количество просмотров – 1 466 567, количество лайков – 90 000), «Догма наркополитики» (отношение к наркотикам) (количество просмотров – 1 023 893, количество лайков – 67 000), «ГМОфобии» (отношение к ГМО) (количество просмотров – 916 527, количество лайков – 76 000), «Дьявол может сыграть [ДСМ]» (отношение к компьютерным играм) (количество просмотров – 892 655, количество лайков – 60 000), фрик-шоу «Стерлигов» (количество просмотров – 864 236, количество лайков – 48 000). Если говорить о тематике, то наибольшее количество просмотров набрали темы о гомофобии, наркомании и о боязни ГМО. Данные материалы набрали наибольшее количество лайков.

Интересно отметить, что по количеству комментариев (наличие большого количества комментариев независимо от содержания свидетельствует о большом интересе аудитории к представленному материалу) к видеоматериалам выстроился несколько другой рейтинг: на первом месте – «Сождение гомофобов» (проблема отношения к гомосексуализму) (количество комментариев – 27 059), на втором – «Нуарный дневник обвинение жертвы\ эффект Китти» (проблема изнасилования и отношение к жертве) (13 629 комментариев), на третьем – Фрик-шоу (Савельев) профессор (главная опасность – аутичные дети, которые и являются убийцами своих сверстников) (10 472 комментариев), на четвертом – «Почему война никогда не меняется. Армия оружие» (9 692 комментариев), на пятом – «ГМОфобии» (9 255 комментариев), на шестом – «Догма наркополитики» (7 090 комментариев), на седьмом – «Наше я душа и мозг» (5971 комментариев), на восьмом – «ЭКО. Медицина VS Религиозная этика» (5829 комментариев), на девятом – «Дьявол может сыграть [ДСМ]» (отношение к компьютерным играм) (5431 комментариев), на десятом – «Гомеопатия. Гомеолобб» (отношение к гомеопатии) (4 008 комментариев).

Можно условно разделить все представленные ролики согласно их тематике на две большие группы. Первая группа – это большая часть видеоматериалов канала имеет социально-медицинскую тематику: ГМО, гомеопатия и БАДЫ, душа и мозг, алкоголизм, телегония, тайны тела, вегетарианство, ЭКО, аборты, СПИД, прививки, люди-дельфины, нейролингвистическое программирование, экстрасенсорика. Вторая группа – это ролики социального характера: гомофобия, изнасилование, наркополитика, война, армия, оружие, обман, свобода, религия, сотворение мира, видеоигры, Интернет, астрология. Необходимо отметить, что большая часть видеоконтента представляет социальные проблемы актуальные для молодежи и социума в целом. Есть ряд новогодних (итоговых) роликов, например за 2018 год, касающихся наиболее актуальных тем за год. В частности, профессор Савельев обращает внимание на то, что главная опасность – это дети больные аутизмом, которые и являются

убийцами своих сверстников. Профессор Савельев приводит пример керченского стрелка и как одно из решений проблемы безопасности в школах, ученый предлагает выдавать учителям оружие.

Самым популярным по количеству просмотров и комментариев является видеоролик «[Сожжение] ГОМОФОБОВ», где ведущий рассказывает об агрессивном поведении людей, которые отказываются хотя бы попытаться принять отличную от них сексуальную ориентацию, фигурально поставив гомофобов на место людей над которыми они издеваются. Ролик был выложен 16.05.2016, продолжительность 48:12 секунд. На данный момент его посмотрели 1 447 500 человек и 26 169 человек оставили комментарий. Видео собрало 89 тысяч лайков и 6,1 тыс. дизлайков. В комментариях люди положительно оценивали разъяснения ведущего, научные факты, данные ВОЗ, используемые в видео и ссылки на источники. Многие подписчики в комментариях признались, что поменяли свою точку зрения, что гомофобия – это неправильно, очень много пользователей искренне удивлялись, почему так мало просмотров (их больше 20 млн.) данного канала, поскольку канал действительно является научно-популярным, доступно объясняющим многие социальные явления с научной точки зрения. Были предложения о необходимости использовать данный канал в школе в просветительских целях.

Второе место (1 013 081 просмотров) занимает ролик «Догма наркополитики», касающийся отношения к запрету наркотиков. Автор поднимает тему запрета на все наркотические препараты, несмотря на то что смертность от алкоголя выше, чем от того же ЛСД или марихуаны (приводит научные доказательства, исследования ученых, данные статистики, ВОЗ). Видео длится 51:55 секунд, с 4.10.2015 набрало 66 тысяч лайков и 1,4 дизлайков, также под ним оставили 6300 комментариев.

По жанру большинство роликов относится к критическим обзорам различных предрассудков и заблуждений, в той или иной мере распространенных в обществе. В отдельную рубрику можно отнести фрик-шоу, подобного же жанра (фрик-шоу «Стерлигов», фрик-шоу «Ванга», фрик-шоу «Савельев», фрик-шоу «Левашов», фрик-шоу «Мать Тереза»). В совокупности они составили – 40%. По типу языковой коммуникации автор блога обычно повествует с элементами сарказма, со ссылкой на научные источники (официальные документы, статистика, социологические опросы, исследования известных ученых), используя язык критического мышления, что способствует формированию критического мышления к миру у аудитории.

Выделяют два основных критерия эффективности деятельности СМИ, и их влияния на аудиторию, которые можно применить и к видеоблогингу, как новому виду СМК: 1) изменение сознания человека (знания, познавательная активность, убеждения, социально-

психологическое состояние людей, направленность их ценностей, идеалов, ориентации, установок и др.) и 2) изменение поведения (деятельности, образа жизни, степени активности). Согласно первому критерию, анализ комментариев пользователей показал, что канал Trashsmash можно определить как эффективный.

Анализируя тематический рейтинг видеороликов, можно сделать вывод о наиболее актуальных темах для аудитории канала. Интересно, что данные темы чаще всего замалчиваются в официальных СМИ и не находят в них дискуссионных площадок. Именно такое отношение и порождает большое количество мифов и неправды (ложных суждений и представлений) о тех или иных социальных явлениях и проблемах. Данные темы действительно актуальны для социума, особенно для молодежи, поскольку молодежная аудитория является основной аудиторией на интернет-платформе YouTube. Можно выразить надежду, что данный канал будет и дальше развиваться в этом направлении как качественный образец научно-популярной журналистики – новых медиа в российском видеоблогинге, которых сегодня действительно не хватает в обширном интернет-пространстве.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азаренок Н. В. Клиповое сознание и его влияние на психологию человека в современном мире // Материалы Всероссийской юбилейной научной конференции, посвященной 120-летию со дня рождения С.Л. Рубинштейна. Т. 5 Личность и группа в условиях социальных изменений (Материалы Всероссийской юбилейной научной конференции, посвященной 120-летию со дня рождения С.Л. Рубинштейна, 15-16 октября 2009 г.) / отв. редактор А. Л. Журавлев. – М.: Институт психологии РАН, 2009. – С. 110–112.
2. Боровенков А. Е. Videоблоггинг: сетевые коммуникации и коммуникативные позиции // Человек. Культура. Образование. – 2016. – №. 1. – С. 17–23.
3. Демченков С. А., Заднепрянская А. С. Videоблоги как разновидность новых медиа: проблема типологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.radnews.ru/видеоблоги-как-разновидность-новых-м/ (дата обращения 11.12.2018).
4. Докука С. В. Клиповое мышление как феномен информационного общества // Общественные науки и современность. – 2013. – №. 2. – С. 169–176.
5. Инфографика: аудитория YouTube в мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://therunet.com/infographics/2574> (дата обращения: 20.03.2018).
6. Ильченко С. Н. Основы журналистской деятельности. – М.: Юрайт, 2018. – 181 с.
7. Ипатьева В. А. Форматы и жанры видеоблогов [Электронный ресурс] // Молодой ученый. – 2018. – № 25. – С. 369–373. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/211/51788/> (дата обращения: 11.12.2018).

8. Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность / под ред. В. Л. Волохонского, Ю. Е. Зайцевой, М. М. Соколова. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2006. – 195 с.
9. Науменко Т. В. Социология массовой коммуникации. – СПб.: Питер, 2015. – 288 с.
10. Попов А. А. Журналистский блогинг как новая форма профессиональной журналистики: опыт сравнения с «традиционной» журналистикой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dspace.bsue.ru/bitstream/123456789/12942/1/Kozhemyakin_Zhurnalistskiy.pdf (дата обращения 12.03.2018).
11. Сипко Е. С. Популярность блогов в информационном пространстве России // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. – 2017. – Том 2 (68). – № 4. – С. 20–25.
12. Текутьева И. А. Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга [Электронный ресурс] // Медиасреда. – 2016. – № 11. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovo-tematicheskaya-klassifikatsiya-videobloginga> (дата обращения: 04.04.2018).
13. Чулкова О. Р. Видеоблог как новый инструмент информационной деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://interactive-plus.ru/e-articles/292/Action292-116787.pdf> (дата обращения: 19.02.2018).
14. Шамаев И.Н. Классификация блогов рунета // Вестник ВолГУ. – 2013. – Вып. 11. – С.120–128.
15. Kaminsky M. S. Naked Lens: Video Blogging & Video Journaling to Reclaim the YOU in YouTube™. – Organik Media, Inc., 2010. – 214 p.
16. Kontras A. Talk about moving in the 21st Century [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.4tvs.com/Journey/Pages/J1200.html> (дата обращения: 12.11.2018).
17. Lim J. B. Y. Video blogging and youth activism in Malaysia // International Communication Gazette. – 2013. – Vol. 75. – No. 3. – P. 300–321.
18. Oxford Dictionaries [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/blog> (дата обращения: 05.10.2018).
19. Young J. R. An anthropologist explores the culture of video blogging // Chronicle of Higher Education. – 2007. – Vol. 53. – No. 36. – P. A42.

ПАРФЁНОВА В. А.

**ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ ИССЛЕДОВАНИЯ
ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ¹**

Аннотация. В статье рассматриваются и обосновываются методы исследования организационной культуры промышленных предприятий. Анализируются данные в результате использования метода триангуляции: методики OCAI, социологической анкеты, полуструктурированного интервью. Выявляются типичные черты организационной культуры малого промышленного предприятия ООО «Молторг», расположенного в Ельниковском районе Республики Мордовия.

Ключевые слова: организационная культура, метод, методика OCAI, промышленные предприятия, метод триангуляции.

PARFYONOVA V. A.

**APPLICATION FEATURES OF RESEARCH METHODS TO STUDY
ORGANIZATIONAL CULTURE OF INDUSTRIAL ENTERPRISES**

Abstract. The article discusses the methods of studying organizational culture of industrial enterprises. The data is analyzed by means of the triangulation method: the OCAI methodology, a sociological questionnaire, a semi-formalized interview. The typical features of the organizational culture of a small industrial enterprise LLC "Moltorg", located in the Elnikovsky district of the Republic of Mordovia, are identified.

Keywords: organizational culture, method, OCAI methodology, industrial enterprises, triangulation method.

Изменения, происходящие в организации, связаны с различными внешними и внутренними факторами, которые могут не только направлять ее развитие, но и сдерживать. Одним из таких факторов является организационная культура как социальное явление, связывающие воедино ценностные и поведенческие аспекты деятельности участников производственных процессов.

Современные исследования организационной культуры предполагают использование такой методики, которая позволяла бы учитывать особенности ее формирования, отражать

¹ Статья выполнена при поддержке РФФИ и Правительства Республики Мордовия в рамках проекта «Организационная культура промышленных предприятий Республики Мордовия (на примере инновационного и промышленного кластеров)» (18-411-130018 p_a).

весь спектр проблем, рассматривать составляющие ее элементы, что, в свою очередь, является фундаментальной задачей управленческих наук.

Изучение организационной культуры связано с трудами К. Камерона, Р. Куинна [2], Э. Шейна [10], Т. Питерса, Р. Утормана [1], Г. Хофстеде [11], работы которых приобрели популярность «на волне подъема интереса к решению прикладных задач диагностики и управления человеческими ресурсами» [5, с. 86]. Этот интерес возник в начале 80-х гг. XX в. и был связан с масштабным исследованием в США, посвященным выявлению факторов успеха крупных корпораций и компаний. Одним из ведущих факторов стала особая и отличительная организационная культура, присущая процветающим и развивающимся компаниям.

Необходимость исследования организационной культуры промышленных предприятий связана с формированием и использованием ее для повышения эффективности деятельности организации в высококонкурентной среде. Как показывает зарубежный и отечественный опыт, в условиях становления рыночных отношений организационная культура становится ключевым управленческим ресурсом эффективного (или, напротив, неэффективного) организационного развития.

Существуют три основополагающих методологических подхода к измерению организационной культуры: качественный, количественный, комплексный.

1. Количественные методы предполагают проведение опросов, тестов и собеседований для оценки организационной культуры. Данный подход является наиболее популярным при «правильном» формулировании системы вопросов и бальной (оценочно-интерпретационной) системы. Данные методы являются наиболее популярными среди исследований организационной культуры.

К преимуществам данных методов можно отнести:

- изменяемость исследований;
- наглядность и точность результатов;
- возможность исследовать организационную культуру не только на поверхностном уровне, но и на более глубинном (оценка внутренних мотивов и ценностей персонала и т. д.), так как в качестве основных методов используются опросы;
- объективность результатов исследования [4, с. 53–57].

К недостаткам данной методики можно отнести то, что в результате выявляются только осознанные респондентами явные элементы культуры, тогда как глубинная ценностная структура может быть отражена только с использованием качественного анализа таких проявлений (рассказы, мифы, истории и т. п.).

2. Качественный подход способствует проведению глубинных интервью не только с персоналом, но с руководителем организации, так как он закладывает основы организационной культуры и поддерживает ее на протяжении своего руководства. Это дает возможность изучить субъективную оценку высшего управленческого звена организации, позволяет исследовать ключевые моменты культуры непосредственно на практике, наметить пути разрешения определенных проблем.

Качественные методы позволяют исследовать новые явления или процессы, которые скрыты глубоко внутри организации. Стратегия качественного подхода характеризуется открытостью, поиском, неструктурированностью в анализе организационной культуры. Внимание исследователя направляется на всестороннее рассмотрение отдельных элементов культуры в единстве их объективного и субъективного социального опыта [9, с. 308–309].

3. Комплексный подход (триангулятивный) позволяет расширить возможности различных исследовательских методов. Среди социологов складывается единое мнение относительно того, что оптимальным решением является взаимодополнение количественного и качественного подходов в социологических исследованиях. Все большее распространение получает так называемая стратегия триангуляции, используемая в эмпирическом исследовании в различных вариантах. Данный подход предполагает применение нескольких методов исследования, сочетания их между собой для всестороннего рассмотрения культуры организации.

Комбинирование качественных и количественных методов приводит к соединению преимуществ обеих методологий и, как следствие, получению более надежных данных об организационной культуре. В результате триангуляции минимизируются недостатки отдельных методов, что приводит к достижению высокой внутренней надежности полученных результатов. Исследование организационной культуры может включать на определенные этапы, на каждом используется определенный метод исследования, который имеет свои цели и задачи [3, с. 119].

В настоящий момент не существует общепризнанного единого способа измерения организационной культуры, наиболее известным является метод OCAI, который был разработан К. Камероном и Р. Куинном. Данная методика фокусируется на классификации организационной культуры по признакам: «стабильность – гибкость», «внутренняя ориентация – внешняя ориентация» [2, с. 29]. Данная методика позволяет выяснить основы типологии организационной культуры, изучить построение рамочной конструкции конкурирующих ценностей, которая определяет тот или иной тип организации [6, с. 72]. Авторы выделяют четыре типа культуры организации: бюрократическая, рыночная,

адхократическая и клановая. Преимуществом этого метода является то, что с помощью него можно не только выявить тип культуры, но и силу ее проявления в организации.

Оценка методом OSAI может визуализироваться как математически, так и в виде графика (см. рис. 1). Данный профиль в рамочной конструкции конкурирующих ценностей представляют как четырёхугольник, вершины которого лежат на биссектрисах квадрантов базовых культур: клановой (А), адхократической (В), рыночной (С), иерархической (Д) [8, с. 97].

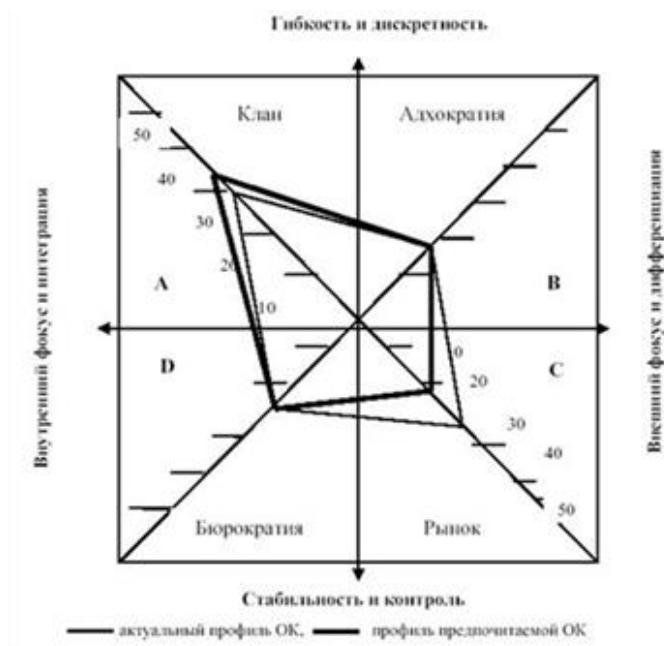


Рис. 1. График представления организационной культуры по методике OSAI.

В исследованиях организационной культуры в России методика OSAI получила свое применение в разных сферах. И. М. Макаrenchенко описывает крупномасштабное исследование организационной культуры двадцати трех санкт-петербургских предприятий. В результате исследования был сделан вывод о том, что далеко не всегда можно однозначно определить тип организационной культуры предприятия. Организационная культура в чистом виде отсутствует на большинстве предприятий, лишь у 34,5% предприятий наблюдался ярко выраженный тип данной культуры, тогда как у 27,5% наблюдались два типа культуры, которые находились на одном уровне. По мнению автора, это характеризует слабую выраженность, неясность организационной культуры. Причиной является не только «переходный тип российской формы хозяйствования, но и недостаточное внимание к проблемам организационной культуры со стороны руководства предприятия». Это

подтверждается неосведомленностью административного звена о типе культуры своего предприятия, системе ценностей, которые были выявлены в ходе исследования [4, с. 75–76].

В марте 2019 года был проведён пилотажный опрос сотрудников малого промышленного предприятия Ельниковского муниципального района ООО «Молторг», специализирующего на производстве молочной продукции. Отбор предприятия осуществлялся случайно на основе статистических данных о предприятиях Республики Мордовия. Штат сотрудников малого промышленного предприятия в настоящее время составляет 33 человека. В рамках пилотажного исследования было опрошено 20 экспертов. Из них 4 человека административного персонала (АП) и 16 – основного персонала (ОП). Исследование предполагало комплексный подход к изучению организационной культуры и осуществлялось в три этапа.

На первом этапе в качестве инструментария исследования использовалась классическая методика OCAI. С ее помощью необходимо было получить объективные данные о состоянии организационной культуры предприятия.

На втором этапе исследования была апробирована авторская социологическая анкета, предусматривающая оценку некоторых характеристик коллектива и имеющейся организационной культуры предприятия.

Третий этап включал проведение полуструктурированного интервью для выявления и всестороннего рассмотрения отдельных элементов культуры через субъективный социальный опыт интервьюируемого.

С помощью методики OCAI были получены следующие результаты: по графе «теперь» – клановый тип культуры (А) – 23,8, адхократический тип (В) – 20,6, рыночный тип (С) – 28,5, бюрократический (D) – 27,1. По графе «предпочтительно» – клановый тип культуры (А) – 25,6, адхократический тип (В) – 24,8, рыночный тип (С) – 25,1, бюрократический (D) – 24,5. При анализе результатов выяснилось, что в настоящее время однозначно доминирующей культуры на данном предприятии нет, т.к. разница между лидирующими позициями А и D равна 1,4. Достаточно равномерное распределение значений говорит о равновесном состоянии организационной культуры предприятия. Тем не менее, квадрант С, имеющий наивысшие оценки (28,5), характеризует «рыночную культуру», которая ориентирована на достижение результатов через выполнение поставленных задач, когда вся деятельность организации направлена на увеличение размера прибыли и рыночной доли. Наименьшие показатели имеет «клановая культура», квадрант А (20,6), главной особенностью которой является сплоченная, командная работа и взаимоподдержка.

Анализ профилей желаемой организационной культуры промышленного предприятия ООО «Молторг» показывает, что его работники в дальнейшем хотели бы усилить влияние адхократической культуры. Это отражено в увеличении баллов на 4,2 (с 20,6 до 24,8). Респонденты желают снизить влияние рыночной и бюрократической культуры (уменьшение баллов на 3,4 и 2,6 соответственно) (см. рис. 2). Это подтверждают данные из интервью. *«График-то работы «жестковат», конечно, все верно, работаем на результат (пауза) или ради него, иногда без зарплаты, ну, вот так, если подумать, то хотелось бы какого-то разнообразия, даже помещение оформить по-другому, добавить что-то новое, интересное (улыбается), может атмосфера стала бы благоприятнее, а то сотрудники ходят с «кислым» лицом...»* (АП, ж., 55 лет).

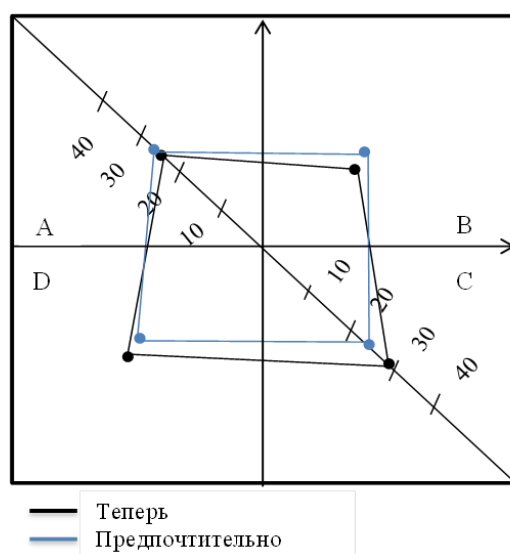


Рис. 2. График представления организационной культуры ООО «Молторг» по методике OCAI.

Также был определен тип существующей доминирующей организационной культуры, в настоящее время – это «рыночная культура». При сравнении двух профилей (теперь и предпочтительно) определено, что текущее положение организационной культуры кардинально не расходится с желаемым. Оба получившихся профиля близки к состоянию равновесия и стабильности. Равномерное распределение значений обусловлено достаточно стабильным состоянием рынка в Ельниковском муниципальном районе Республики Мордовия, отсутствием острой конкуренции на рынке труда за счет малой численности жителей района трудоспособного возраста (9 754 чел. на 01. 01. 2018 г.) [7].

С помощью экспертного опроса были определены основные ценности, которые, по их мнению, наиболее выражены на предприятии. Такими ценностями являются: «ориентация на результат» (33%), «командная работа» (26,7%), «высокие требования к работе» (26,7%).

Среди других вариантов ответа чаще всего встречались следующие: «их нет», «никаких ценностей» и т. д.

Социально-психологическая атмосфера в организации характеризуется средней оценкой (3 балла из 5 возможных). Причиной этого, на наш взгляд, могут быть постоянные конфликтные ситуации, возникающие на предприятии. Так, респонденты отметили, что конфликты в организации случаются несколько раз в неделю (33,3%) и ежедневно (26,7%). При этом самым распространенным типом является конфликт между личностью и группой (64%). Основной причиной конфликтных ситуаций является распределение обязанностей. *«...Я даже не считаю это за конфликты, если говорить про каждый день, то это претензии небольшие по работе, «одноразовые» вспышки гнева. Причины (пауза) многие «делят» работу, не могут договориться, кто чем будет заниматься, все не угодишь!...»* (АД, ж., 55 лет), *«Да вот некоторые «вкалывают», а некоторые непонятно чем занимаются, приходится напоминать, чтобы не сидели просто так, а вместе работали...»* (ОП, м., 46 лет).

Напряженная психологическая атмосфера в организации, обусловленная разным стилем взаимоотношений в коллективе, сказывается как на взаимоотношении внутри коллектива, так и на взаимоотношениях с руководителем. У трети опрошенных работников (35,7%) сложились нейтральные отношения с непосредственным руководителем, этот стиль характеризует деловую среду. На доверительные и дружеские отношения указали 21,4%, на отсутствие взаимодействия с руководителем – 28,6% респондентов.

У большинства сотрудников промышленного предприятия вопросы о миссии (60,0%) и корпоративном стиле (33,3%) вызвали затруднения. Это связано с тем, что на предприятии работает в основном низкоквалифицированный персонал старших возрастных групп (средний возраст сотрудника предприятия составляет 46,5 лет, а уровень образования в основном – общее среднее и среднее специальное). Для большинства сотрудников организации формулировка вопросов с использованием современных терминов «миссия», «корпоративный стиль», «дресс-код» вызвали недопонимание, в связи с чем, оценка отдельных элементов организационной культуры вызвала затруднения.

Различные подходы к исследованию организационной культуры предоставляют набор методов исследования, с помощью которых можно выявить особенности культуры организации и проанализировать составляющие ее элементы. Набор методов способствует, с одной стороны, обеспечить сравнимость результатов при изучении нескольких организаций, сформировать представления о типах культуры, а также определить как существующий, так

и наиболее предпочтительный тип культуры в организации, с другой стороны, выявить наиболее проблемные места в организации.

Комплексный триангуляционный подход позволил получить наиболее полные и надежные данные об организационной культуре промышленного предприятия ООО «Молторг», сделать вывод о том, что она близка к состоянию равновесия. Однако, наличие постоянных конфликтов, происходящих в организации, создают неблагоприятную психологическую атмосферу и могут способствовать дестабилизации отношений в коллективе. Оценка элементов организационной культуры вызвала затруднения у персонала предприятия в связи с использованием современных терминов при формулировке вопросов. Также работники данного предприятия ориентируются в основном на ценности рыночной культуры, предполагающей ориентацию на результат. Однако стиль взаимодействия в коллективе пока не позволяет говорить о деловой атмосфере, что требует внимания со стороны руководства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Питерс Т., Уотерман Р. В поисках совершенства: уроки самых успешных компаний Америки. – М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 528 с.
2. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры / пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой. – СПб.: Питер, 2001. – 320 с.
3. Кошарная Г. Б., Кошарный В. П. Триангуляция как способ обеспечения валидности результатов эмпирического исследования // Общественные науки. Социология. – 2016. – № 2(38). – С. 117–122.
4. Макаrenchенко М. А. Исследование организационной культуры Санкт-Петербургских предприятий // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2004. – № 24. – С. 62–77.
5. Петров А. В., Карасева К. С. Основные теоретические подходы к исследованию современной корпоративной культуры труда // Вестник СПбГУ. – 2015. – № 2. – С. 86–92.
6. Полецкий О. В. Изменение организационной культуры в соответствии со стратегией организации // Вестник ОмГУ. – 2005. – № 4. – С. 71–74.
7. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Мордовия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mrd.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/mrd/ru/statistics/population/ (дата обращения: 16. 05. 2019).

8. Томилин О. Б., Фадеева И. М., Томилин О. О., Ключев А. К. Организационная культура российских университетов: ожидания и реалии // Высшее образование в России. – 2018. – № 1. – С. 96–107.
9. Шаталова Н. И. Организационная культура: учебник. – М.: Экзамен, 2006. – 656 с.
10. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство: построение, эволюция, совершенствование / пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. – СПб.: Питер, 2002. – 336 с.
11. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software of the Mind. – Sage Publications, 1991. – 325 p.

НЫШПОРА М. А.

ВНЕБРАЧНАЯ РОЖДАЕМОСТЬ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА

Аннотация. Проведенный анализ выявил тенденцию сокращения числа зарегистрированных браков и увеличение доли пар, не регистрирующих брак, при снижении доли внебрачных рождений. Еще одной тенденцией является сближение показателей рождений вне зарегистрированного брака в городской и сельской местности, особенно по линии сближения доли внебрачных рождений, зарегистрированных в городе и в селе по совместному заявлению родителей.

Ключевые слова: рождаемость, брак, тенденции внебрачной рождаемости.

NYSHPORA M. A.

EXTRAMARITAL CHILDBIRTH AS A SOCIAL PROBLEM

Abstract. The analysis shows that the number of registered marriages is decreasing, while the number of couples not registering their marriage is increasing. There is also a decline in the number of extramarital childbirths. Another trend is the convergence of the number of extramarital childbirths in urban and rural areas, particularly through the convergence of extramarital childbirths registered in the city and in the village by joint application of both parents.

Keywords: childbirth, marriage, extramarital childbirth trends.

Проблема рождаемости как социально-демографического процесса обусловлена обострением противоречия между его динамикой и объективной потребностью общества в воспроизводстве населения, особенностями протекания демографических и социальных процессов на современном этапе развития общества, который характеризуется глубоким демографическим кризисом [1]. Поскольку рождаемость в значительной степени зависит от величины потребности семьи в детях, в настоящее время актуализируется необходимость поиска эффективных мер по приведению ее в соответствие с объективной потребностью общества в воспроизводстве населения. В современной России внебрачная рождаемость – важная составная часть общей рождаемости. Рост числа рождений вне брака частично компенсирует уменьшение общих показателей рождаемости.

В России почти миллион детей в год рождаются вне брака. Эти дети в дальнейшем испытывают дискомфорт из-за узости их социальных связей, связанных с традиционным неодобрением безотцовства. Кроме того, по данным медиков, среди таких детей больше доля недоношенных, часто встречаются патологии развития. Объясняется это тем, что мать во время беременности, даже если она и сознательно пошла на этот шаг, чаще находится в стрессе, испытывает амбивалентные эмоции из-за неоднозначного восприятия

окружающими ее поступка.

Традиционно в периоды социальных катастроф, войн и дезорганизации брачного рынка фиксируется повышение доли внебрачных рождений. По мере нормализации ситуации их доля обычно сокращается, как это было, например, в России после Второй мировой войны. Доля рождений вне брака постепенно устойчиво снижалась, достигнув минимума к концу 1960-х годов. Вплоть до начала 1980-х годов держался низкий уровень таких рождений около 10% [2]. Но затем эти показатели рождаемости стали быстро расти на фоне резкого снижения брачности. Причем это относилось как к городскому, так и сельскому населению. Сегодня эта тенденция стала универсальной, всеобщей. Среди развитых стран Россия по показателям внебрачной рождаемости, темпам их изменения занимает срединное положение [3].

В массовом сознании появление внебрачного ребенка связано с его рождением у матери-одиночки. Но более 40% внебрачных детей признаются своими отцам, и этот показатель растет (табл. 1.) Можно с уверенностью сказать, что за ростом доли рождений вне зарегистрированного брака кроется отказ от регистрации фактического сожительства. Сам факт последующей регистрации младенца по совместному заявлению обоих родителей демонстрирует устойчивость складывающихся семейных связей [4].

Еще сравнительно недавно рождение ребенка вне брака было особенно часто свойственно самым молодым матерям, что являлось следствием случайных связей или контрацептивных неудач. Кроме того, это чаще практиковалось среди матерей старше 30 лет, которые осознанно рожали ребенка «для себя». В 1980-х годах эти группы были самыми многочисленными, они в основном формировали показатели роста рождений вне брака. В других возрастных категориях случаи внебрачной рождаемости были скорее исключением, чем правилом. Однако к началу XIX века такая рождаемость стала характерной для всех репродуктивных возрастов в равной степени.

До середины 1980-х годов в России доля детей вне зарегистрированного брака составляла примерно 11%. Затем наблюдался постоянный рост этого показателя, который к 2005 году достиг 30%. Причем нужно заметить, что уже с 1994 года векторы динамики брачных и внебрачных рождений оказались разнонаправленными: общая рождаемость падала, внебрачная – росла (см. табл. 1). К 2010 году абсолютное число детей, родившихся вне зарегистрированного брака, увеличилось в 2 раза и превысило 400 тысяч.

Родившиеся вне зарегистрированного брака в России¹

Год	Всего, тыс.	В том числе родившиеся, тыс.		Доля рождений вне зарегистрированного брака, %	Внебрачные рождения, зарегистрированные на основании, тыс.		Доля зарегистрированных по совместному заявлению, %
		в зарегистрированном браке	внезарегистрированного брака		По совместному заявлению матери и отца	По заявлению одной матери	
1988	2348,5	2044,1	304,4	13	127,1	177,3	41,8
1989	2160,6	1868,8	291,7	13,5	123,6	168,1	42,4
1994	1408,2	1132,4	275,8	19,6	119,3	156,4	43,3
1995	1363,8	1075,5	288,3	21,1	124,2	164,1	43,1
1996	1304,6	1004,8	299,9	23	130,1	169,8	43,4
1997	1259,9	940,8	319,2	25,3	136,8	182,3	42,9
1998	1283,3	937,4	345,9	27	149,7	196,2	43,3
1999	1214,7	875,4	339,3	27,9	152	187,3	44,8
2000	1266800	912,547	354,253	25,8	167,261	169,992	47,2
2010	1788948	1344,057	444,891	21,1	199,204	245,687	44,8
2016	1888729	1488,891	397,588	26,7	210,44	187,148	52,9

Необходимо отметить, что такие тенденции роста рождений вне брака – не относятся к российской специфике. Сходные процессы одновременно наблюдались во многих странах Европы, что вероятно можно объяснить отчасти либерализацией семейно-брачной сферы. Однако до конца этот феномен изучен пока недостаточно. Наблюдается дефицит социологических данных, которые бы позволили понять, какие категории россиянок (по уровню дохода, образованию, по профессии и прочее) и по каким мотивам ориентировались на рождение ребенка, не имея брачного свидетельства.

За последние 5-6 лет в России продолжали развиваться тенденции сокращения брачности и увеличения доли семейных пар без регистрации брака [5, с.13]. Однако, в отличие от предыдущего десятилетия, доля внебрачных рождений также стала снижаться. В 2016 году она опустилась до 21,1%, что идет в разрез с растущими тенденциями в развитых странах. Правда, в 2017 году отмечался незначительный рост – до 21,2% [5, с.17], причем как в городе, так и на селе.

Появилась новая тенденция роста доли регистрации внебрачных рождений по совместному заявлению родителей. В 2016 году таковых было 52,9%. В 2019 году на 1 марта 71% всех рождений было вне зарегистрированного брака. Причем это происходит

¹ Рассчитано на основе официальных данных Госкомстата России (база данных ЦДЭЧ ИНП РАН) <http://www.rustrana.ru/article.php?nid=1203&sq=19,24&crypt>. – Демографический ежегодник России. 2017: Стат. сб./ Росстат. – М., 2017. – 263 с.

как в городах (73%) так и селах (66%). Однако за этим сходством кроются прямо противоположные векторы движения, когда в городе возрастает доля отцов, признавших своих детей, а в сельских поселениях – уменьшается. Реже других с пониманием отцов своих рождающихся детей сталкиваются самые молодые матери, особенно на селе.

Различия между городом и селом отражают, разный уровень социального контроля за поведением людей, различия в активности самих городских и сельских жителей по поводу установления отцовства. Среди жителей села происходит отход от прежнего, более жесткого отношения к вопросу о признании отцовства, в городах же получают большее социальное признание неоформленные союзы, в которых рождаются дети, регистрируемые по совместному заявлению родителей. И здесь нельзя не упомянуть, что на тенденции изменения внебрачной рождаемости сказывается дефицит мужчин, так как из-за повышенной мужской смертности в молодых возрастах и значительной трудовой миграцией среди населения репродуктивного возраста появляются половозрастные диспропорции.

Статистические и демографические данные позволяют выделить три категории родившихся детей: родившиеся в зарегистрированном браке; родившиеся и зарегистрированные по совместному заявлению родителей; родившиеся, зарегистрированные только по заявлению матери, включая детей, от которых матери отказались сразу после рождения. Однако они не показывают социальные причины этого. В России распространена вынужденная внебрачная рождаемость. Ее можно охарактеризовать, с одной стороны как следствие негативных жизненных факторов, (смерть или уход мужчины, не продолжительный или несостоявшийся брак, не обдуманные решения), с другой – как способ удержать любимого человека, получить дополнительный финансовый капитал. Этот тип внебрачной рождаемости еще мало изучен, но он достаточно распространен в современной России.

В обыденном представлении, которое было справедливо в прошлые времена, основную массу внебрачных рождений дают «глупые» подростки и отчаявшиеся женщины «бальзаковского» возраста. И действительно, хотя нет официальной статистики, наблюдения показывают снижения возраста сексуального дебюта (14-17 лет). При этом параллельно повысился брачный возраст, который у мужчин составляет в среднем 28 лет, у женщин – 25 лет [6]. Иными словами, около 10 лет сексуальная жизнь молодежи не сопрягается с целью создания семьи, что не может не сказаться на молодежном репродуктивном поведении как системы отношений и практик, связанных с рождением детей. У самых молодых рождаемость вне брака – это, главным образом, результат низкой контрацептивной культуры в начале сексуальной жизни. Беременности в возрасте до 19 лет очень часто не запланированы и нежеланны. К факторам внебрачной рождаемости, можно отнести

либерализацию половой морали. Современная молодежь считает нравственно оправданными внебрачные сексуальные отношения, если в их основе лежит любовь.

Вместе с тем, в последние годы в России наблюдается снижение числа внебрачных рождений среди молодежи 15-19 лет. Если в 2010 году таковые составляли 12,0% всех внебрачных рождений, то в 2016 году – только 8,7%. Однако доля отцов, признавших своего ребенка и участвующего в его регистрации невелика и не проявляет тенденции к росту. В более социально зрелом возрасте рождению внебрачного ребенка чаще подходят более ответственно. Эта тенденция снижения внебрачных рождений не исключает легкомысленного отношения некоторой части молодежи к этой сфере человеческих отношений, чему способствуют как объективные факторы (акселерация, ослабление родительского контроля за поведением молодежи), так и другие обстоятельства, которые требуется устранить (например, неумение молодежи интересно организовать досуг, сравнительно низкий уровень духовных запросов некоторой части молодых людей и т.д).

На селе относительно стабильные показатели распространенности рождений вне официального брака поддерживаются юным возрастом невест (от 16 до 18 лет). Кроме того, одной из причин внебрачной рождаемости среди самых молодых женщин (до 19 лет) называют миграции девушек из сел в город, где резко снижается уровень повседневной поддержки и социального контроля.

С 2010 по 2016 годы уменьшилась доля внебрачных рождений у матерей 20-24 лет (с 30,7% до 20,4% всех таковых рождений). Возможно, отчасти это связано постепенным отмиранием некоторых традиций. Например, в свое время добрачные зачатия часто «прикрывались» скоропалительной, вынужденной регистрацией брака между партнерами так, что невеста, будучи беременной, имела шанс родить ребенка уже в законном браке. К этим практикам всячески понуждали традиции и социальное окружение молодых людей. Такие браки часто оказывались изначально конфликтными, непрочными и распадались при первой возможности, увеличивая показатели разводов.

Тенденция роста внебрачных рождений за 2010-2016 годы обнаружилась у 25-29-летних (с 26,4% возросла до 27,4%), что составило самую значительную категорию матерей, родивших вне брака. Эта же тенденция присутствует в возрастных группах 30-34 и 35-39 лет. Их доли выросли с 19% до 25% всех внебрачных рождений и с 9,4% до 14,7% соответственно. Возможно, это связано со сдвигом среднего детородного возраста к 30 годам и выше. Однако ввиду того, что репродуктивная эффективность у женщин старше 35 лет в целом мала, соответственно, их доля в общем объеме внебрачных рождений также невелика.

Вместе с тем, увеличение распространенности рождений вне зарегистрированного брака у достаточно зрелых женщин 25-34 лет (их доля составляет 52,4% всех внебрачных

детей, что на 23,3% больше, чем доля более молодых матерей данной категории), приобретает характер значимого социального феномена, который еще предстоит изучать. Можно предположить, что у женщин данного возраста достаточно весомо проявляется потребность в детности, в статусе материнства и лучше финансовые, жилищно-бытовые и прочие условия для ее реализации. Кроме того, зрелые по возрасту женщины реже выходят замуж не только из-за дефицита брачных партнеров, но и потому, что у них выше уровень требований в выборе супруга. Поэтому они нередко предпочитают внебрачное материнство неудачному замужеству. Женщина зрелого возраста обычно бывает экономически независимой, что позволяет ей осуществить свое желание – иметь ребенка и таким образом обрести семью.

Вместе с тем, важно учитывать, что внебрачный ребенок далеко не всегда бывает первым и единственным. Средняя очередность рождения ребенка в браке и вне брака отличается незначительно. В стране имеются отдельные народы и этнические группы, в которых распространенность внебрачной рождаемости значительно выше средней по стране: тувинцы, буряты, ненцы, эвенки, и т.д. Среди них доля таковых рождений может достигать до 65% от общего числа родившихся [7]. В последние годы внебрачная рождаемость порой становится поводом, средством осуществления материальных целей, получения социальных пособий и материнского капитала.

Подводя итог, еще раз подчеркнем, что рождение ребенка вне зарегистрированного брака, которое многим представляется вынужденным особыми обстоятельствами событием, давно уже вышло в России из разряда маргинальных явлений. Несмотря на некоторое снижение его масштабов, оно получило широкое распространение, его причины и последствия нуждаются в очень серьезном социологическом осмыслении. Сегодня тенденция сокращения числа зарегистрированных браков сопровождается увеличением доли пар, не регистрирующих брак, и снижением доли внебрачных рождений. Еще одной тенденцией является сближение показателей рождений вне брака в городской и сельской местности.

На тенденции изменения внебрачной рождаемости сказывается общий для всех фактор – дефицит мужчин из-за повышенной мужской смертности в молодых возрастах и значительной трудовой миграцией. Однако в этом процессе выявлены разновекторные тенденции для разных возрастных категорий матерей. В последние годы в России наблюдается снижение доли внебрачных рождений среди молодежи 15-24 лет в силу повышения контрацептивной и сексуальной культуры. Прямо противоположная тенденция роста внебрачных рождений в возрастной группе у 25-35-летних сделала их самой значительной категорией таких матерей, что связано со сдвигом повышения среднего

детородного возраста. Этому способствует более осознанная потребность в детности, в статусе материнства, наличие финансовых, жилищно-бытовых и прочих условий для ее реализации.

Анализ причин внебрачных рождений позволяет выделить четыре типа одиноких матерей. К первому относятся женщины, имеющие детей от фактических, но незарегистрированных браков. Их интересы надежно защищены действующим законодательством. Ко второму типу относятся женщины, сознательно стремящиеся к материнству. Они считают свои силы достаточными и не ощущают потребности в правовой защите. Третий тип составляют обманутые в своих ожиданиях девушки, для которых рождение внебрачного ребенка – вынужденная или нежелательная ситуация. Они нуждаются в социальной защите, помощи близкого окружения, отцов. Четвертый тип образуют женщины, родившие от случайной связи. В целом же внебрачное материнство требует внимания со стороны общества, поскольку любая мать, воспитывающая ребенка, заслуживает уважения и поддержки.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вишневский А. Г., Щербакова Е. М. Демографические тормоза экономики // Вопросы экономики. – 2018. – № 6. – С. 48–70.
2. Дарский Л. Е. Рождаемость и репродуктивная функция семьи // Демографическое развитие семьи. Сб. статей / под ред. А. Г. Волкова. – М.: Статистика, 1979. – С. 85–125.
3. Чурилова Е. В. Рождение ребенка вне супружеского союза в России, Эстонии и Франции: межпоколенные различия // Народонаселение. – 2018. – Т. 21. № 1. – С. 70–83.
4. Чурилова Е. В., Чумарина В. Ж. Внебрачные рождения и добрачные зачатия в России: осознанное решение родителей? // Вопросы статистики. – 2014. – № 7. – С. 43–49.
5. Щербакова Е. М. Россия: предварительные демографические итоги 2018 года (часть I) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://demoscope.ru/weekly/2019/0801/barom01.php> (дата обращения 12.02.2019).
6. Чернышев Е. Россия поехала вниз с "демографической горки" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nakanune.ru/articles/114757/> (дата обращения 30.02.2019).
7. Козлов И. В. Этнокультурные факторы рождаемости [Электронный ресурс] // Демографическая модернизация, частная жизнь и идентичность в России. – М., 2001. – Режим доступа: http://www.demoscope.ru/weekly/knigi/konfer/konfer_012.html (дата обращения 12.02.2019).

КОЗЛОВ В. А.

СЕМЬЯ КАК ФАКТОР РЕЛИГИОЗНОСТИ САРАТОВЦЕВ

Аннотация. По результатам эмпирического исследования доказано, что религия как результат добровольного выбора обоснований повседневной жизни человека локализуется в частной приватной сфере семьи. Влияние степени ее религиозности оказывает решающее воздействие на уровень религиозности саратовцев, на их отношение к церкви и поведенческие религиозные практики повседневности.

Ключевые слова: религия, семья, религиозность, религиозные повседневные практики.

KOZLOV V. A.

FAMILY AS A FACTOR OF RELIGIOSITY OF SARATOV CITY RESIDENTS

Abstract. Considering the results of an empirical research, the author proves that religion, being a voluntary everyday choice, is centered in private family life. A conclusion is made that the family religiosity level has a major impact on the religiosity level of the residents of Saratov city (Russia), on their attitude to the church and their behavioral religious practices of everyday life.

Keywords: religion, family, religiosity, everyday religious practice.

Религия всегда играла важную роль в функционировании социума как социального института, участвующего в решении многих актуальных вопросов современности. В советский период времени считалось, что религия утрачивает свои позиции в жизни общества. Однако сегодня, в условиях изменения государственной политики в этой области, активизации деятельности религиозных учреждений, их взаимосвязи с другими социальными институтами, религиозность стала неотъемлемой чертой мировоззрения и практик всех слоев россиян.

В России сегодня не существует официальной статистики членства в религиозных организациях: закон запрещает требовать от граждан заявлений об их религиозной принадлежности. Таким образом, о религиозности россиян и об их конфессиональной самоидентификации можно судить лишь по социологическим опросам населения, а они рознятся. В 2000 году Государственный комитет по делам молодежи РФ зафиксировал, что верующими считают себя около 44% граждан России в возрасте 14-30 лет [1]. По данным всероссийского опроса, проведенного ВЦИОМ в 2010 году, население страны причисляет себя к следующим конфессиям: православие – 75%, ислам – 5%, католицизм, протестантизм, иудаизм, буддизм – по 1%, другие конфессии – около 1%, неверующие – 8% [2]. По данным авторов Атласа религиозности России, которые провели в августе 2012 года социологическое

исследование в 79 из 83 субъектов РФ, религиозность у россиян, распределилась так: 42,4% – православные верующие; 6,5% – мусульмане; 4,5% – христиане, различных конфессий; 1,5% – последователи различных иных религий, 28,0% – не религиозные и атеисты [3]. По данным Левада-центра в России 74% православных и 7% мусульман.

По результатам опросов Фонда «Общественное мнение» (ФОМ) в России 2018 года верующими людьми себя считают 73% граждан. 63% опрошенных относят себя к православной церкви. Исповедуют ислам 8% [5]. В 2019 году ФОМ представил результаты опроса, согласно которому православных верующих в России примерно 65%, мусульман – не больше 7%, представители других христианских конфессий, в том числе католики и протестанты составляют 1% [6]. Полученные ФОМ данные не соответствуют той статистике по количеству верующих, которую приводят сами религиозные организации. Таким образом, положение религии в современном российском обществе достаточно противоречиво. Определенно можно сказать, что характерным является процесс секуляризации общественного сознания, когда религия утрачивает свое былое влияние на общество, семью, личность. Однако она все еще играет заметную роль в жизни социума.

Теоретические подходы, которые в религиозности человека видят социальную подоплеку, можно дифференцировать на подходы, в которых корень религиозности видится в проекции образа лиц, входящих в ближайшее социальное окружение (в первую очередь родителей); и те, где факторы возникновения религиозности приписывают влиянию социума (путем давления или убеждения). К первым подходам можно отнести З. Фрейда [7], А.-М. Ризутто [8], Д. Хутсебаута [9], Ж. Пиаже [10], которые считают, что религиозность и образ бога формируется с детства (под влиянием и по образу родителей) и развивается в процессе жизненного пути. Второй подход представлен М. Арджиллом [11], Г. Санденом [12], которые акцентировали внимание на роли социального окружения в обращении индивидов к религии с позиций ролевого объяснения религиозного переживания.

Эти подходы стали исходными для проведения в 2018 году исследования, направленного на уточнение влияния семьи отношения саратовцев к религии. Была осуществлена вероятностная квотная выборка, основанная на данных официальной статистики [13]. Объем квотной выборки, представляющей собой модель генеральной совокупности, воспроизводящей ее структуру в виде пропорций, составляет 200 респондентов. Критериями отбора выступали пол и возраст респондентов. В опросе приняли участие 52% женщин и 48% мужчин, что соответствует статистическому распределению населения Саратова. Были опрошены 52% молодежи, 35% жителей в возрасте 30–49 лет, 12% – старше 50 лет.

Семья, живущая религиозной жизнью, дает своим детям религиозное воспитание. В ходе анализа мы предположили, что наличие верующих в семье влияет на религиозность

респондентов. У 66,7% верующих в семье есть верующие, 17,6% верующих ответили, что в их семье верующих нет. 33,3% тех, кто считает себя неверующими ответили, что в их семье есть верующие, и у 82,3% неверующих – семья нерелигиозная. Из данных видно, что наличие верующих в семье влияет на религиозность респондентов.

Опрос показал, что большинство саратовцев (97,5%) считают себя в той или иной степени верующими. Однако 57% из них больше верят в себя, чем в Бога. При этом только 35,5% считают свою семью верующей. Анализ сопряженности признаков показал, что, если семья верующая, опрошенные саратовцы также все считают себя верующими людьми. Если члены семьи скорее не верующие, доля верующих респондентов снижается до 67%. Если семья категорично атеистична, доля верующих респондентов снижается до 45,7%. Современный кризис семьи и трансформации ценностей сильнее всего сказываются на ее духовной и религиозной жизни. В настоящее время связь семьи и религии не является столь нерушимой, как это было раньше. В общественном сознании произошли переоценка ценностей, связанных с религиозным сопровождением значимых событий в жизни людей, наблюдается ослабление родственных связей, что привело к замене церковных ритуалов на сугубо светские эквиваленты. Религиозное бессилие семьи провоцирует ее превращение в бытовой социальный организм.

Религиозные верования и религиозная практика сегодня стали личным делом каждой семьи, каждого человека. Эта символическая связь между семьей и религией очень древнего происхождения, она коренится в древних институтах кровного родства. Однако она не может рассматриваться как пережиток прошлого, так как устойчиво воспроизводится в нашем обществе. Интересно, что в очень верующей семье 38,0% опрошенных указали, что верят в себя и 61,5% – верят в Бога. В верующей (но менее категорично) семье 43,1% указали, что верят в себя и 59,6% – верят в Бога. В не верующей семье 75,2% верят в себя и 24,8% – в Бога. Таким образом, фиксируется сильное влияние семьи на уровень религиозности саратовцев. В семье человек получает основы духовности, направление в жизни и сознание своего долга перед собой и Богом. Чем сильнее вера присутствует в семье, тем выше уровень религиозности человека.

По данным социологов, большинство православных ходят в церковь не чаще нескольких раз в год (29%), 9% – в церковь не ходят. Раз в месяц и чаще посещают церкви 11% граждан и 17% православных [5]. Авторский опрос показал, что большинство саратовцев из очень религиозных семей (61,5%) посещают церковь не реже 1 раза в месяц. В менее религиозных семьях посещают церковь ежемесячно 74,1% опрошенных. Если члены семьи в основном не религиозны, 54,2% саратовцев посещают церковь не реже 1 раза в месяц. В атеистических семьях 49,3% саратовцев ежемесячно обращаются к церкви. Это еще

раз показывает, что религиозные потребности формируются с детства и развиваются в дальнейшем под влиянием близкого окружения.

Главная цель постоянного приобщения верующих в Бога к церкви также различается. В среднем по подвыборке 53% таких верующих приходят в церковь на исповедь. В очень верующих семьях их доля – выше (53,8%), в менее категоричны верующих – еще выше (62,1%). Можно предположить, что у них более развита потребность общения с Господом, как с отцом, который подвергнет доброжелательной критике поступки своих детей и простит их. В неверующих семьях таковых меньше, чем в среднем по подвыборке (соответственно 52,4% и 37, %).

В тоже время церковь как социальный институт оказывает терапевтическое, успокаивающее воздействие на посетителей. Именно за этим приходят туда 46,5% опрошенных верующих саратовцев. Однако члены неверующих и атеистических семей приходят именно за этим чаще других (соответственно 47,6% и 62,5%), видимо компенсируя этим дефицит духовности в семейной жизни.

Посетители церкви из очень верующих и верующих семей чаще других молятся (соответственно 7,7% и 12,1% против 7% в среднем по выборке). Для них это возможность обратиться к Богу, поговорить с ним. Они чаще любят архитектуру соборов (соответственно 38,5% и 36,2% против 29,0% в среднем по выборке). Это, видимо, дополнительно настраивает их на красоту и возвышенность религиозных чувств. Члены неверующих и атеистических семей чаще других ничего не делают в церкви (соответственно 58,3% и 57,1% против 52,0% в среднем по выборке). Для них посещение храма – дань социокультурной и исторической традиции, моде.

Выявлены различия и в том, что верующим нравится, вызывает дополнительный интерес в церкви (см. табл. 1). Члены очень верующих семей чаще других обращают внимание на внешнее убранство храма (53,8% против 26% по выборке). Им больше импонирует там доброжелательное отношение к людям (15,4% против 12,0% по выборке). Посетителям храма из менее верующих семей чуть меньше нравится внешнее убранство (41,4% против 26% по выборке), но больше - песнопение (19,0% против 14,0% по выборке). Однако в 3 раза больше всех песнопение нравится представителям мало верующих семей (45,8% против 14,0% по выборке). У представителей неверующих семей чаще других вызывают интерес иконы (36% против 25% в среднем по выборке). Среди них было больше всего (31,4%) затруднившихся определить свои интересы в церкви. Это наглядно демонстрирует, что отношение к церкви напрямую зависит от степени религиозности семьи.

Таблица 1

Влияние степени религиозности семьи на проявления интересов в церкви, % по степени влияния семьи

Проявление интереса в церкви	Степень религиозности семьи				По выборке
	Да	Скорее да	Скорее нет	нет	
Иконы	15,4%	8,6%	20,8%	36,2%	25,0%
Внешнее убранство	53,8%	41,4%	20,8%	15,2%	26,0%
Отношение к людям	15,4%	12,1%	4,2%	13,3%	12,0%
Песнопение	15,4%	19,0%	45,8%	3,8%	14,0%
Затрудняюсь ответить		19,0%	8,3%	31,4%	23,0%
Итого	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Все представители очень религиозных семей полагают, что церковь всегда была коммерческим заведением. Однако все представители мало религиозных семей, напротив, полагают, что это – неправда. Мнения из нерелигиозных семей разделились по этому поводу. 49,5% из них полагают, что социальный институт церкви всегда был коммерческим, 45,7% его таковым не считают.

Особенно и наглядно влияние семьи проявилось в ответ на вопрос о том, что религия влияет на повседневную жизнь саратовцев (см. табл. 2). Все ответы четко распределились в соответствии со степенью религиозности/нерелигиозности семьи. Видимо, в семейной сфере религия еще сохраняет свой потенциал «реальности», который проявляется в сохранении ее значимости в установках и самосознания людей.

Таблица 2

Влияние степени религиозности семьи на проявления религии в повседневной жизни, % по степени влияния семьи

Религия в повседневной жизни	Степень религиозности семьи				По выборке
	Да	Скорее да	Скорее нет	нет	
Да, однозначно	100,0%				6,5%
Скорее да		100,0%			29,0%
Скорее нет			100,0%		12,0%
Однозначно нет				100,0%	52,5%
Итого	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Говоря о конкретных проявлениях религиозности в повседневной жизни, следует начать с того, что в разных семьях по-разному стремятся избегать грехов. В верующих и очень верующих семьях на это ориентированы чаще других (соответственно 61,5% и 67,2% против 35% в среднем по выборке). В мало религиозных и нерелигиозных семьях

доминирует более осторожное мнение, что этого нужно избегать по возможности (соответственно 66,7% и 65,7% против 65% в среднем по выборке).

Не менее четко высветилось влияние семьи на отношение к соблюдению постов, где все мнения четко оказались взаимосвязанными со степенью религиозности семьи (см. табл. 3).

Таблица 3

**Влияние степени религиозности семьи соблюдение постов,
% по степени влияния семьи**

Соблюдение поста	Степень религиозности семьи				Итого
	Да	Скорее да	Скорее нет	нет	
Да, однозначно	100,0%				6,5%
Скорее да		100,0%			29,0%
Скорее нет			100,0%		12,0%
Однозначно нет				100,0%	52,5%
Итого	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Таким образом, религия как результат добровольного выбора обоснований повседневной жизни человека локализуется в частной приватной сфере семьи. Влияние степени ее религиозности оказывает решающее воздействие на уровень религиозности саратовцев, на их отношение к церкви и поведенческие религиозные практики повседневности. Семья – хранительница традиций, где личность получает и первые эстетические и социально-нравственные впечатления, которые становятся центрообразующим стержнем его дальнейшей социализации, накопления социального опыта. При христианском религиозном семейном укладе закладываются начала христианской веры, молитвы и добрых дел.

ЛИТЕРАТУРА

1. Статистика: сколько и какие верующие есть в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newchristianity.ucoz.ru/news/2009-07-27-34> (дата обращения: 28.05.2015).
2. Религия в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.encyclopedia-russia.ru/article.php?id=376> (дата обращения: 28.05.2018).
3. Свежая статистика религиозности в России 31 Марта 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/1997068> (дата обращения: 28.05.2018).
4. В России 74% православных и 7% мусульман. Левада-Центр. – 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.levada.ru/old/17-12-2012/v-rossii-74-pravoslavnykh-i-7-musulman> (дата обращения: 28.05.2018).

5. Верующими себя называют 73% граждан РФ, православными – 63%. Опрос ФОМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://regnum.ru/news/2520454.html> (дата обращения: 28.10.2018).
6. Фаустова М. В России недосчитались верующих [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ng.ru/ng_religii/2019-03-05/10_460_opros.html (дата обращения: 28.04.2018).
7. Фрейд З. Будущее одной иллюзии // Сумерки богов. – М.: Политиздат, 1990. – С. 94–142.
8. Ефимова Н. С., Литвинова А. В. Социальная психология: учебник. – М.: Юрайт, 2012. – 442 с.
9. Религия в истории и культуре: учебник / под ред. М. Г. Писманника. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 430 с.
10. Пиаже Ж. Избранные психологические труды. – М.: Просвещение, 1969. – 658 с.
11. Бреская О. Ю. Изучение религиозности: к необходимости интегрального подхода // Социологические исследования. – 2011. – № 12. – С.77–87.
12. Синелина Ю. Ю. О критериях определения религиозности населения // Социологические исследования. – 2001. – № 7. – С. 89–96.
13. Распределение населения Саратовской области по возрастным группам на 1 января 2018 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://srtv.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/srtv/ru/statistics/population/7e054d0041366b1d8790e7367ccd0f13 (дата обращения 15.05.18).