



ДИСКУРС 2/2019

DISCOURSE

Научный журнал.
Издаётся с сентября 2015 г.,
выходит 6 раз в год

Учредитель: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет „ЛЭТИ“ им. В. И. Ульянова (Ленина)» (СПбГЭТУ «ЛЭТИ»).

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

В. М. Кутузов (председатель),
Н. К. Гигаури (зам. председателя), А. В. Звонцов (зам. председателя),
А. Ф. Иванов (главный редактор), О. Н. Артунян (отв. секретарь),
А. О. Бороноев, А. Г. Будрин, А. В. Волков, В. Д. Губин, П. П. Дерюгин, Т. Д. Маслова,
А. Р. Плоткина, С. И. Росенко, В. П. Семенов, А. В. Солдатов, Е. В. Строгеецкая,
В. В. Тузов, В. М. Тумин, И. В. Цвигун, В. В. Щербина, Б. С. Мырзалиев (Казахстан),
Т. Ронгинска (Польша), д'Аскензо Фабрицио (Италия), Балкришна Витхал Босле (Индия)

ТЕМАТИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ:

Философские науки

Иванов Андрей Федорович, д-р филос. наук, профессор,
зав. каф. философии СПбГЭТУ «ЛЭТИ»

Экономика и управление народным хозяйством

Семенов Виктор Павлович, д-р экон. наук, профессор,
зав. каф. менеджмента и систем качества СПбГЭТУ «ЛЭТИ»

Социологические исследования

Строгеецкая Елена Витальевна, канд. полит. наук, доцент,
зав. каф. социологии и политологии СПбГЭТУ «ЛЭТИ»

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-62347 от 14.07.2015 г. выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

Подписной индекс 71225
по объединенному каталогу
«Пресса России».
Том 1 «Газеты и журналы».
Подписка производится в любом
почтовом отделении России

Журнал включен в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук, в соответствии с требованиями приказа Минобрнауки России от 25 июля 2014 г. № 793

Электронный адрес журнала:

на сайте СПбГЭТУ «ЛЭТИ»:
в системе РИНЦ:

<http://www.eltech.ru/ru/universitet/izdatelstvo/zhurnal-diskurs>
http://elibrary.ru/title_about.asp?id=55485

Адрес редакции журнала:

197376, Санкт-Петербург,
ул. Профессора Попова, 5
Тел./факс: +7 (812) 234-10-13
E-mail: discourse@etu.ru

Издательство СПбГЭТУ «ЛЭТИ»

197376, Санкт-Петербург,
ул. Профессора Попова, 5
Тел./факс: +7 (812) 346-28-56
Тел.: +7 (812) 346-45-23

Редакторы:

Н. Ю. Меньшенина, О. Р. Крумина, Н. В. Кузнецова

Компьютерная верстка

Е. С. Николаевой

Подписано в печать 22.04.19. Формат 60 × 84 1/8.
Бумага офсетная. Печать цифровая.
Гарнитура «Times New Roman». Печ. л. 13,0.
Тираж 300 экз. (1-й завод 1–150 экз.) Заказ 51.

Содержание

ФИЛОСОФСКИЕ НАУКИ

<i>Симонова И. А.</i> Гражданская субъектность молодежи: от анализа концепции к оценке и коррекции ситуации	3
<i>Гуторович О. В., Гуторович В. Н.</i> Сущность информационно-технологической парадигмы и последствия ее укоренения в обществе	16
<i>Мамина Р. И., Елькина Е. Е.</i> Сетевое общество и его реалии: цифровой этикет.....	24

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

<i>Голигузова Г. В.</i> Человеческий капитал – основа эффективной деятельности организации	35
<i>Алексенцева Ю. А., Придвижкин С. В.</i> Анализ ситуации с жилой недвижимостью в юго-восточной части Екатеринбургской агломерации (рынок и градостроительные перспективы)	39
<i>Леонова О. Г.</i> Формирование сбалансированной системы показателей организации в антикризисном управлении.....	45
<i>Белянин Д. А.</i> Приложение сбалансированной системы показателей (ССП) в системе подготовки и переподготовки кадров для информационного общества	51

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

<i>Авакян А. А.</i> Взаимосвязь социального капитала с установками экономического поведения выпускников вузов.....	56
<i>Самарина Е. Л., Авдошина С. П.</i> Трансформация социальных практик учащихся: от абитуриента до студента	68
<i>Пивоваров А. М., Ткачук Д. В.</i> Капитализация телесности в современном музыкальном клипе	78
<i>Дерюгин П. П., Панов С. В., Курапов С. В.</i> Стратегии идентификационного поведения курсантов-кадет: принципы социологического анализа.....	90
Сведения об авторах	100
Правила представления рукописей авторами	102

УДК 172.1+304.44

И. А. Симонова

Уральский государственный педагогический университет

ГРАЖДАНСКАЯ СУБЪЕКТНОСТЬ МОЛОДЕЖИ: ОТ АНАЛИЗА КОНЦЕПЦИИ К ОЦЕНКЕ И КОРРЕКЦИИ СИТУАЦИИ¹

Посвящается социально-философской концептуализации феномена гражданской субъектности, выработке и проверке теоретических оснований, способствующих дальнейшей операционализации данного понятия. В том числе представлена уточненная модель гражданской субъектности, на основании которой систематизировано понятийное поле исследования. Продемонстрированы результаты апробации предложенной теоретической модели на уровне эмпирического исследования (интервью), проведенного в августе-октябре 2017 г. в г. Екатеринбурге. На основании полученных качественных данных зафиксированы доминирующие проблемы состояния гражданской субъектности опрошенных, определены соответствующие векторы преобразования в области работы с такой молодежью, что демонстрирует прикладные возможности предложенных теоретических установок.

Гражданская субъектность, молодежь России, модель гражданской субъектности, гражданская компетентность, гражданская активность, коммуникация

Потенциал гражданского общества становится актуальной проблемой в условиях, когда деятельность официальных государственных и общественных институтов оказывается недостаточной для решения значимых социальных, экономических и политических задач [1, с. 95]. Опыт развитых государств показывает, что на сегодняшний день участие населения в общественных процессах является необходимым шагом к их улучшению и повышению качества жизни в стране. И если в начале второго десятилетия XXI в. уровень участия россиян в общественной и политической жизни был невысоким [2], то в 2017 г. ситуация начала меняться. Граждане поддерживают как традиционные практики социального и политического участия (митинги, деятельность общественных организаций, НКО), так и включаются в общественно-значимые краудсорсинговые и краудфандинговые проекты, организуют важные экологические и необычные социальные инициативы. Также, по отметкам экспертов, в третьем квартале 2017 г. количество политических, социально-экономических и трудовых протестов выросло почти на две трети по сравнению с началом года. Так, в первом квартале было зафиксировано 284 протестные акции, во втором 378, а в третьем 445. Об этом говорится в докладе Центра экономических и политических реформ (ЦЭПР) «Протестная активность россиян в III квартале 2017 г.» [3]. Важнейшая тенденция, зафиксированная в 2017 г., – рост именно молодежной активности. К примеру, на так называемой «Прогулке», прошедшей в марте 2017 г. было зафиксировано большое ко-

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта № 16-33-01057 «Социальный серфинг: форсайт гражданской субъектности российской молодежи».

личество протестующих старшеклассников и студентов младших курсов [4]. Несмотря на то, что некоторые исследователи ставят под вопрос небывалый рост молодежного участия в протестах (такое мнение, например, высказал К. Бигбов из «НИИ митингов») [5], все эксперты отмечают, повышение общего интереса молодежи к общественным, политическим вопросам, а также рост разнообразия форм и способов их гражданского участия [6]. В 2018 г. данная тенденция сохранялась, молодые россияне продолжали активно участвовать в общественных мероприятиях, интересоваться политикой и общественной жизнью [7]. Эта ситуация актуализирует интерес к детальному изучению гражданских качеств молодежи, вектора развития соответствующей активности, поскольку понимание актуального состояния позволяет обществу и государству своевременно выстраивать эффективный диалог с молодыми, грамотно реализовывать богатый потенциал новых поколений и, наконец, делать адекватный прогноз развития гражданственности в России.

Вместе с тем на сегодняшний день существует ряд обстоятельств, затрудняющих как такого рода исследования, так и качественное применение их результатов. Во-первых, отметим общий диффузный характер понятийного поля и методологическую неразбериху в вопросах изучения гражданских особенностей молодежи. Во-вторых, установилась практическая ориентация официальных структур на рассмотрение гражданских особенностей молодежи сугубо через призму институциональных механизмов участия, в результате чего происходит демонизация прочих форм. В-третьих, научное понимание особенностей молодежи недостаточно влияет на видение ее в системе общественных отношений, и, как следствие, наблюдается определенный разрыв между официальными механизмами поддержки гражданских инициатив и реальными практиками молодых россиян.

Постановка задачи. Представленный далее материал предполагает преодоление указанных негативных трендов в области исследовательской, а на этой основе и практической работы с гражданственностью молодежи через конкретизацию концепта «гражданская субъектность» и его дальнейшую апробацию для оценки актуальной ситуации и выработки рекомендаций по коррекции текущего положения. Таким образом, статья посвящена концептуализации феномена гражданской субъектности посредством социально-философского анализа, конкретизации самого понятия в соответствующем понятийном поле, демонстрации результатов применения предложенной теоретической модели в ходе эмпирического исследования (интервью), проведенного в августе-октябре 2017 г. в г. Екатеринбурге, в результате которого были зафиксированы доминирующие проблемы и определены основные векторы преобразования работы с молодежью в данной области. Полученные теоретические наработки представляют собой основу для дальнейшей операционализации понятия «гражданская субъектность».

Ход исследования и результаты. Прежде всего следует учитывать, что на сегодняшний день в терминологическом поле исследования гражданского общества и, в частности, в тематических молодежных исследованиях, существует множество родственных понятий, границы которых не всегда строго очерчены и которые нередко используются синонимично. Понятийная диффузия говорит о необходимости четко определить границы упомянутых терминов для избегания дальнейшей путаницы, прежде всего в практической работе со стоящими за ними феноменами.

Следует отдельно отметить, что зарубежное и отечественное терминологические поля несимметричны, и применение иностранных наработок как на уровне исследования, так и на

практическом уровне имеет свои ограничения. Основные различия здесь заключаются не столько в том, что на первый план у нас и за рубежом выведены разные «комплекты» понятий, сколько в проблеме, вокруг которой сфокусированы различия между ними. Огромное значение для западных авторов имеет то, кто именно является инициатором, контролером и «хозяином» процесса взаимодействия: государство, общество, сообщество или гражданин, а следовательно, значимым оказывается вопрос, кто задает правила этого взаимодействия. Так, дискуссии возникают уже на уровне использования прилагательных «civic» и «civil», где первое может подразумевать правительственную (государственную) регуляцию, а второе – сугубо волевое, а значит, свободное действие граждан [8]. Часто используются и серьезному обсуждению подвергаются различия между такими, на первый взгляд близкими понятиями, как «Civic/ Citizen engagement», «Civic/ Citizen participation», и «Civic/ Citizen involvement», которые можно было бы перевести на русский синонимично как «гражданское участие», однако, здесь также важную роль может играть инициатор деятельности и, соответственно, формальный или неформальный ее характер [9]. При этом, поскольку различие остается дискуссионным вопросом, нередко дефиниции носят диффузный характер. Например, приведем следующее определение: «Civic engagement is a process in which people take collective action to address issues of public concern. It includes effects by people *to participate* in the public decisions that affect their lives, and by civic agencies to *involve* people in their proceedings» [10] (курсив мой. – И. С.). Обзор материалов за последние 15 лет показывает, сосредоточенность содержания понятийного поля на деятельностной компоненте: как правило, речь идет о конкретных гражданских активностях (civic activity), причем особое внимание уделяется анализу институциональной принадлежности деятельности как в рамках школьных, религиозных, общинных и других объединений [11], так и в контексте вовлеченности в общественные и политические процессы на базе неинституциональных «рассеянных» форм организации коммуникации (сетей, роев, множеств) [12], [13]. Таким образом, внимание уделено включенности в сеть отношений, в коммуникацию. Хотя в исследованиях отмечается, что институциональные и вне институциональные активности – это два разных мира, которые функционируют по своим законам [14], признается их высокая эффективность и значимость функционирования в самых разнообразных формах. Причем, в случае с молодежью, именно низовые, внеинституциональные формы активности становятся достойной альтернативой традиционным формам участия и показывают высокую гражданскую культуру молодых в развитых странах [15]. На практике это ведет к расширению спектра программ вовлечения молодого населения, которые могут быть инициированы как низами, так и верхами.

В России же ситуация складывается иначе как на уровне методологии, так и на практике. Очевидно, сложившиеся теоретико-методологические подходы в значительной степени обусловлены актуальными особенностями практической ситуации, что заставляет исследователей сконцентрироваться теперь на анализе именно российской теории, так как это поможет лучше понять практики работы с молодежью и выделить проблемы, существующие в этой сфере.

Исходя из анализа дефиниций, предложенных в современной российской литературе, проблематизирующих молодежь как участника гражданского общества, можно выделить две укрупненных группы понятий. Первая направлена на определение индивидуальных качеств личности, которые должны быть присущи гражданину, в то время как вторая группа сконцентрирована вокруг факта реализации человеком некоторых действий гражданского характера (табл. 1).

Ориентация на гражданские качества личности	Ориентация на гражданскую деятельность человека
Гражданская позиция – это «совокупность внутренних общечеловеческих <i>ценностей</i> личности, приобретенных ею в процессе социализации и помогающих ей самостоятельно принимать решения по выполнению гражданского долга, активно <i>участвовать в общественно-политической жизни</i>. Основными <i>ценностными</i> ориентирами при этом выступают патриотизм и <i>гражданственность</i> личности» [16]. Гражданская компетентность – «многоуровневое интегративное и постоянно развивающееся качество личности, которое объединяет в себе правовые и гражданские знания, умения и навыки, формирующие гражданские <i>ценности</i> и <i>гражданскую позицию</i>, необходимые для успешной <i>самореализации</i> в общественной жизни демократического общества» [17, с. 37]. Гражданская идентичность – «лояльность населения государству, которая достигается через оформление <i>отношений, прав и обязательств</i> между властью и гражданином, эмоциональную привязанность к стране, включает в себя отождествление с гражданами страны, подкрепленную политической и общественной самоорганизацией» [18, с. 113]. Гражданственность – это качество, присущее членам гражданского сообщества, самостоятельно осуществляющим свое будущее и несущим <i>ответственность</i> за сделанный выбор [19, с. 62].	Гражданское мировосприятие – «это система видения мира, своей страны, на основе которой строится отношение человека к миру, к самому себе и другим людям» [16, с. 56]. Гражданское участие – это «...<i>участие</i> общества ... в процессе принятия властных решений (политическом процессе) на всех стадиях управленческого процесса» [20, с. 219]. Гражданская активность – это «результат свободного выбора и индивидуальной <i>инициативы</i>, направленного обретения своего общественного статуса через <i>решение общих задач, реализацию</i> значимых целей в условиях <i>сплочивания</i> и мотивации общества» [21, с. 14]. Гражданская инициатива – это социально-политическая <i>активность</i> граждан, массовое их <i>участие в общественной жизни</i>, создание гражданами <i>добровольных объединений</i>, неформальных организаций, союзов, клубов по интересам, обществ, в том числе потребительских обществ для защиты и отстаивания своих интересов [22, с. 99].

Изучение состояния понятийного репертуара и контент-анализ наиболее характерных дефиниций показывают, что понятия внутри обеих групп нередко определяются «зеркально», одно через другое, таким образом «ускользая» от точного разграничения, и для раскрытия их содержания используются сходные формулировки. Это не просто не дает возможности корректного определения терминологической структуры, но и затрудняет установление практической связи стоящих за терминами явлений. Более того, обнаруживается тенденция определения гражданских качеств прежде всего как индивидуальных, личностных характеристик, формирующихся на будущее, как бы «на случай включения» в гражданскую деятельность. При этом сама гражданская деятельность также представлена как результат волюнтаристского импульса, где «правильный» гражданин формирует активный взгляд на общество и начинает принимать участие в его работе. Социальный контекст тут также практически упущен из виду. Такое расслоение демонстрирует некоторую методологическую недоработанность способов описания молодежи как участника гражданского общества, поскольку на уровне теории социальные качества человека индивидуализированы, переведены в сферу его автономных характеристик и оказываются искусственно отделены от того, как и в каком социальном контексте и коммуникативных условиях они экстернализируются в общественной жизни (что, конечно, не верно), в то время как речь идет о тех качествах, которые могут быть поняты и описаны только в системе коммуникации, во взаимодействии человека с другими. Остается неясной, упущенной из виду, и роль официальных институтов, которые должны откликаться на такую низовую активность, строить такие отношения.

На этом фоне наметился и разрыв между практическими подходами к развитию гражданского общества: работа с личностными качествами молодых людей реализуется, как правило, на уровне знаниевой подготовки (обзор документов и концепций, патриотическое воспитание, дискуссионные клубы и пр.) и проходит отдельно от процессов со всем многообразием его

участников, где в реальности только и могут и должны реализовываться эти качества. В итоге сегодня множество работ посвящено проблемам гражданского воспитания, где говорится о том, каким *потенциально* должен быть хороший гражданин, но мало внимания при этом уделено выработке механизмов включения молодых граждан в процессы реального функционирования общества и государства. Речь идет как о вертикальных, так и горизонтальных формах, институциональных и низовых инициативах. Отметим, что важность указанного включения официально постулируется в базовых нормативных документах [23], однако на практике гражданская деятельность в молодежной среде только начинает набирать обороты, носит стихийный, «подпольный», «кустарный» характер и разворачивается вдалеке от институций, которые, казалось бы, созданы для этой молодежи и поддержки ее активности. Такие институты не востребованы в среде молодежи, поскольку мало знакомы ей, не пользуются ее доверием, не учитывают реальных особенностей своего потенциального контингента, потому по факту они не выполняют сегодня своих функций. Молодежь хорошо воспитана и знает правила поведения «хорошего» гражданина, но далеко не всегда умеет их применить: как и в теоретической модели ее гражданские качества латентны, они пока «спят».

Таким образом, мы имеем ситуацию, когда методологическая путаница становится прямым отражением практических проблем. Безусловно, нельзя всецело винить несовершенство языка описания в несовершенстве описываемой действительности, однако для нас принципиально, что они в данном случае взаимоопределены, и на пути к позитивным переменам в общественной практике должно прибегать к корректным методологическим установкам, позволяющим проводить адекватный анализ и на его основе принимать правильные управленческие решения.

На взгляд автора, достаточно продуктивным способом преодоления обозначенной проблемы как на теоретическом, так и на практическом уровне может быть применение идеи гражданской субъектности молодежи. Понятие «гражданская субъектность» стоит как бы особняком и реже используется в тематической литературе во многом из-за двойственности, лежащей в его основе. Однако именно она и является привлекательной в данном случае. Субъектность (от лат. *Subjectum* – подлежащее) определяется как «свойство индивида быть субъектом активности» [24, с. 215]. Уже здесь можно усмотреть связку «качество – деятельность – коммуникация». По мысли Н. С. Щепочкина, «с одной стороны, субъектность как свойство личности, присуще не всем индивидам (более того, субъектность может носить уровневый характер: высокий, средний, низкий уровни субъектности), а с другой стороны, это качество проявляется в личности при ее социальном действии и социальном взаимодействии» [24, с. 216]. Анализируя это понятие, авторы Т. А. Ольховая и Н. А. Гаврилова отмечают, что субъектность представляет собой «целостную аксиологическую характеристику личности, раскрывающуюся в продуктивности деятельности..., выражает отношение человека к себе как деятелю, преобразователю, творцу не только своей жизни, но и развития общества в целом» [25], и, хотя авторы определяют субъектность прежде всего как *качество личности*, они концентрируются при этом на преобразующей *функции* личности и связывают это «...с признанием своей активности, сознательности, свободы выбора и ответственности за него» [25, с. 257]. То есть исследователи отмечают деятельностьную составляющую субъектности, отмечая, что «чем выше уровень субъектности, тем больше уровень инициативы, мотивации активности и, как результат, – большая включенность в процессы, происходящие в обществе» [25]. В другой, более ранней работе, Ольховая также отмечает, что «...понятие “субъектность” объясняет “равноположенность” категорий личности, государства и общества в современном политологическом и государственно-правовом дискурсе и выступает категорией, описываю-

щей качество и свойство личности, способное инициировать и поддерживать процессы, направленные на развитие социальной системы» [26].

В зарубежных исследованиях не принято разделять понятия «субъектность» и «субъективность», как это делается в русскоязычном сегменте, и речь всегда идет о «civil subjectivity», отражающей направленность личности на общественные вопросы. Так, отмечается, что «...чтобы быть уравнивающей, гражданская субъектность должна выходить за границы несоизмеримости индивидуальных жизненных историй. Она должна быть непременно социальной» [27, с. 14]. По мысли Дэвида Левина, субъектность не может существовать как отдельное эмоциональное образование, она всегда существует, оживленная социальным или нормативным порядком, однако чтобы быть субъектным, надо конфигурировать физическую реальность, жить креативной жизнью [28, с. 97]. И здесь можно усмотреть серьезную проблему – определение основания гражданской субъектности: конституировано ли ее развитие этосом, спонтанными внутренними силами личности или же дело в определяющем влиянии институтов гражданственности с ее «командной» моралью и системой правовых категорий? Джейсон Франк обращается к анализу этой проблемы в контексте исследования феномена политического и религиозного энтузиазма. Неправильно обосновывать идею гражданской субъектности опираясь на идеи гипериндивидуализма и расцвета «имперского Я», она оказывается некоторым хрупким следствием социального и политического порядка, а не его почвой. Вместе с тем, обращаясь к анализу представлений докантовских моральных сентименталистов, которые показывают, что губительными для субъектности нередко оказываются эмоциональные, спонтанные, неосознанные составляющие общественной жизни, исследователь отмечает, что при этом именно встреча с ними оказывается важной основой для формирования гражданской субъектности. Опираясь на работы Шефтесбери (Shaftesbury) и ряда других авторов, он говорит, что гражданская субъектность имеет сложную коммуникативную и симпатическую природу [29]. Для нас все это означает, что гражданская субъектность может и должна пониматься не просто как некоторый качественный этап/результат/состояние развития личности, но и как некоторое социальное ее положение, соположенность, отношение с другими, самая непосредственная вовлеченность в общественную практику, где человек не просто «плывет по течению», но сознательно инициирует порядок событий и выбирает стратегию функционирования в построении со-бытия, ориентируясь на некоторые представления об общественном благе, идеальных формах социального порядка. Несмотря на отсутствие строгих определений в западной литературе, исследователи нередко обращаются к вопросу о сущности гражданской субъектности. Опираясь на западные и отечественные исследования, попробуем далее сформулировать функциональное определение понятия для исследуемого феномена.

Гражданская субъектность молодежи – это практика включенности молодых в сети общественно-политических отношений, реализуемая в воплощении ими системы сформированных установок и реализации выбранной стратегии совместного построения и конструктивного обживания общественного пространства на основании потребностей, разделяемых с референтной группой при помощи релевантной ей системы инструментов. Важной составляющей гражданской субъектности, таким образом, является не просто наличие у молодежи теоретических установок (целей, системы ценностей, плана реализации), но владение ими системой конкретных инструментов, которыми они не просто *готовы* воспользоваться, но уже *практикуют* их использование. Так, субъектность предполагает не потенциальное, гипотетическое участие в общественных процессах, но реальную включенность в систему общественно-политических отношений, и включенность не одностороннюю. Либо молодой человек субъектен, а значит, так или иначе пробует себя в отношениях с другими в деле кон-

струирования общественного пространства, либо он этого не делает, а значит нельзя говорить о его субъектности. Это простое, на первый взгляд, но важное установление позволяет избежать серьезной ошибки, которую можно шутливо обозначить фразой из мультфильма «Зеркальце» (1967 г.), где один из героев, заяц, говорит, что очень любит конфеты, но только он их никогда не ел. Невозможно серьезно говорить о каких-либо гражданских качествах молодежи, когда они ни разу не нашли практического применения, они в таком случае остаются абстракцией. Так, Щепочкин основными элементами субъектности считает ценности, активность и опыт [24]. Те же Ольховая и Гаврилова отмечают: «От наличия гражданского опыта как субъектного зависит степень участия молодежи в политической жизни, стремление и способность взаимодействовать с другими людьми с целью улучшения собственной жизни и общества, способность к анализу собственных возможностей в вопросах решения личных, общественных и государственных проблем» [25].

Итак, мы установили, что гражданская субъектность молодежи должна быть понята через включенность ее в систему гражданских отношений. Это заключение позволяет, наконец, увидеть молодежь в системе общественных связей в качестве одного или нескольких полноправных коммуникантов. Общество, которое представляет собой сложную сеть коммуникаций, плотность, содержание, а главное – баланс сил в которой не являются постоянными, но, напротив, подвержены продолжающемуся взаимному регулированию, во многом обуславливает интенсивность включений многообразных субъектов коммуникации, определяя уровень их совокупного развития. Рассматривая общество в виде эволюционирующей сложной динамической системы, состоящей из политико-экономических отношений, И. В. Красавин отмечает, что «коммуникация заранее смоделирована социальными позициями, которые в реальном времени обусловлены тем, как их носители управляют своим настоящим и будущим» [30, с. 77]. Исследователь отмечает, что система коммуникации всегда подвержена переменной динамике, и хотя учет интересов коммуникантов (общностей различного характера) является неотъемлемой частью функционирования системы в ее открытой версии, то, насколько интересы субъекта коммуникации будут учтены, зависит от его коммуникативных возможностей. И лишь если стейкхолдер оказывается в состоянии заявить о себе, реализовать себя, может быть достигнут некий социальный компромисс, который важен как для интересов самого коммуникативного субъекта, так и для нормального развития общества в целом. Рост активности коммуникации, его открытость, поддерживаемая открытостью других участников, усиливает позиции сообщества, позволяет ему развиваться, обеспечивает предпосылки для развития [31, с. 77–83]. Замкнутость участников коммуникации, напротив, ослабляет сообщества, не давая развиться их потенциалу. Таким образом, проблемы гражданственности молодежи должны решаться не на уровне оценки и критики ее гражданских качеств, а в области построения системы коммуникации с молодыми гражданами, в ходе функционирования которой только и могут появиться и проявиться гражданские возможности молодых. На сегодняшний день именно отсутствие нормальных коммуникативных каналов заставляет молодежь закрываться и в своей деятельности уходить «в подполье». Незнание и отсутствие площадок для применения инструментов общественного влияния существенно ослабляет потенциальные возможности этой группы для дальнейшего развития государства.

В свете указанных положений представляется возможным уточнить предложенную нами ранее модель, ориентируясь на выполненный анализ актуального понятийного поля, систематизация которого представляется необходимой и при этом возможной мерой в деле исследования и развития гражданского общества как пространства молодежной практики. Это возможно бла-

годаря продемонстрированной ранее сущностной сложности концепции гражданской субъектности, которую попробуем представить в виде совокупности следующих элементов:

1. *Идентификация с общностью и ее интересами.* В процессе коммуникации происходит соизмерение с другими, самоопределение человека, формируется гражданская идентичность, обусловленная в своем содержании особенностями референтных групп, и на уровне связей внутри сообщества, а также в русле полученного опыта широкого взаимодействия за пределами «домашних» общностей возникает гражданская позиция. Высокая гражданская субъектность предполагает активную гражданскую позицию – понимание необходимости участия в общественно-политической жизни государства, что очень важно на современном этапе развития России [31, с. 161].

2. *Целеполагание.* Поскольку субъектный человек не может относиться к миру как данности, он видит социальное пространство как некий проект, в котором ему есть что изменить. Гражданское мировосприятие здесь как раз и разворачивается как взгляд на общество и государство как поле деятельности и невозможность не включаться в него в разнообразных формах гражданской активности.

3. *Методологический комплекс* предполагает наличие у субъекта сформированной стратегии, ценностных директив, включает владение комбинацией эффективных инструментов, а также знание каналов коммуникации, которые показали свою эффективность и заслужили доверие в процессе опытного использования. Речь по сути идет о гражданской компетентности. Категория доверия, а значит и качества среды, имеет здесь огромное значение, поскольку любой инструмент, не прошедший проверку, исключается из эксплуатации и уже не станет формой гражданской инициативы.

4. *Готовность к деятельности* выражена прежде всего в способности деятельно подойти к актуальной ситуации, инициировать активность, выступая источником, задающим логику события и обуславливающим формы его протекания.

5. *Ответственность* как заявление прав на общественное устройство и признание обязанностей, ориентация на то, что за высказыванием последует отклик, на который вновь придется дать свой ответ. Гражданственность, понятая здесь как ответственное включение в систему общественных отношений, тогда не только качество, но коммуникативная позиция.

Составляющие гражданской субъектности, их конкретные содержания не зависят только от самого субъекта и его индивидуальности как некоторой доминирующей константы, но связаны с феноменом открытости коммуникативной системы общества, готовности не только спускать сверху универсальные формы деятельности и общения, но и слушать, получать информацию, принимать установки акторов и меняться под действием инициатив, что позволяет всем участникам процесса находиться в состоянии развития.

Как видно, использование концепции гражданской субъектности на уровне теории оказывается довольно эффективным и позволяет систематизировать понятийное поле исследования гражданского общества, а также конкретизировать и размежевать ряд наиболее значимых его понятий. Как показал обзор литературы, многие авторы находят удобным использование этого понятия в таком ключе, однако целостных попыток пока не предпринималось. На практике идея гражданской субъектности заставляет исследователей держаться между качественными и процессуальными аспектами жизни молодежи, что не позволяет полученным результатам сместиться в сторону абсолютизации личных качеств молодежи или диктатуры общественного пространства. Это дает возможность учета личностных, инструментальных и позиционных аспектов молодежной ситуации. Этот же эффект может быть достигнут и в процессе дальнейшего совершенствования программ по работе с молодежью.

Уже приведенные теоретические положения и уточненная модель были положены в основу пилотажного исследования, выполненного нами в августе-октябре 2017 г. в Екатеринбурге. Результаты позволяют подчеркнуть и проиллюстрировать выявленные негативные тренды, а также сформулировать ряд рекомендаций по оптимизации практики работы с молодежью. В качестве основного метода сбора данных было применено полустандартизированное интервью. Интервью были индивидуальными и носили характер беседы. Всем респондентам было задано 47 вопросов, длительность составляла в среднем 2 часа, ответы фиксировались на диктофон. Участниками стали 17 человек (юноши и девушки в возрасте от 13 до 31 года, учащиеся и работающие), поиск и отбор респондентов производился по системе рекомендаций, что позволило добиться высокой степени доверия к интервьюеру. Все респонденты являются активными участниками различных молодежных сообществ (спорт, танцы, субкультуры) не менее чем на протяжении двух лет. Вопросы были сформулированы на основании предложенной организаторами модели гражданской субъектности молодежи. Всего можно выделить пять групп вопросов, соответствующих приведенной структуре гражданской субъектности. Анализ полученных данных в соотношении с выработанной теоретической моделью и сопутствующими установками, приведенными ранее, позволил сделать вывод как о состоянии гражданской субъектности представителей ряда групп молодежи Екатеринбурга, так и о тех условиях, которые созданы для ее развития в современной России.

1. Вопросы, направленные на определение уровня развития гражданской идентичности и вектора сформированности гражданской позиции (понимание сущности гражданского общества, его связь с государством, информация по референтным группам, точкам самоидентификации, ключевым ценностям, общественным идеалам, патриотическим, протестным настроениям, критериям оценки общественных деяний и пр.).

Все опрошенные отметили, что гражданское общество основывается на активных гражданах, готовых реализовывать свои права и обязанности. При этом многие считают, что государство сегодня может даже мешать гражданину в этом или просто не предлагает таких условий. Однако все респонденты идентифицируют себя как граждане России, патриотично настроены, наряду с проблемами видят множество положительных черт. Большинство строго не идентифицируют себя со своими сообществами, не смотря на весь перечень признаков принадлежности, который также продемонстрирован ими в интервью. При этом респонденты не стремятся идентифицировать себя с обществом вообще, отмечают расхождение установок с общественными, хотя все в качестве критериев блага обозначили именно учет интересов всех членов общества, консолидацию и коммуникативность.

2. Вопросы о направлениях включенности в процессы социальных изменений, целях реализуемой гражданской активности (какие личные цели и цели референтных групп постулируются, как они соотносятся с идеями об идеальном/реальном обществе/ государстве, как именно и в каких активностях реализуются).

Озвученные цели носили позитивный, общественно релевантный характер, представляются опрошенным как реальные и достижимые. Локальные цели, связанные с потребностями деятельности сообществ, посильно реализуются силами активных представителей, и поддержки со стороны никто не ждет. Опрошенные оказались весьма активны, имеют опыт реализации самых разных гражданских инициатив, однако речь чаще всего идет о локальных практиках, коррелирующих с интересами сообществ.

3. Вопросы на выявление имеющихся стратегий деятельности и компетентность в использовании инструментов гражданского участия (какие инструменты и маршруты решения общественно важных проблем известны, какие считаются эффективными/ неэффективными).

Уровень компетентности в вопросах методов и механизмов гражданского участия оказался невысоким, перечень знакомых позиций скромнен. Имеющиеся пути не вызывают доверия у опрошенных. Официальные институты, согласно отзывам, не знают ничего о молодежи, чужды ее интересам, не могут оказать необходимую помощь или дать ориентацию. Наиболее эффективной признается стратегия локального воздействия силами малых групп единомышленников «в тени».

4. Вопросы о фактической включенности в практику гражданского участия (вопросы об опыте гражданского участия, оценка эффективности доступных механизмов участия, представления о востребованности такого участия).

Все участники интервью имеют опыт участия в активностях гражданского характера. Большинство отмечает неэффективность официальных механизмов, имея негативный опыт их использования. Отмечалось, что потребности молодежи, их цели и, главное, возможности неинтересны государству, говорилось, что молодежь неинтересна и обществу, ориентированному на традиционные ценности и опытных представителей социума. При этом потенциал и желание принимать участие в активностях у молодежи респонденты оценили высоко.

5. Вопросы о субъектах ответственности (оценка перспектив гражданского участия молодежи, необходимости собственного участия, определение других возможных участников и их ролей).

Все интервьюируемые отметили важность участия молодежи в жизни общества и государства, перспективность такого участия. По мнению респондентов, необходимо эффективно построить коммуникацию со всеми субъектами общества, где каждый может и должен участвовать. Молодежи принадлежит будущее, компетентные ее представители могут и должны решать проблемы, в которых они разбираются. Государству же необходимо «слышать» молодежь.

Обсуждение результатов и выводы. Таким образом, оценка гражданской субъектности опрошенных на основании предложенной нами модели позволяет сделать вывод, что такие компоненты как идентификация с общностью (референтными группами, городом, страной) и их интересами (вопросы первой группы), готовность к деятельности (четвертая группа), ответственность (пятая группа), целеполагание (вопросы второй группы) оказываются достаточно хорошо развиты, а методологический комплекс (третья группа вопросов) сформирован в меньшей степени. Проблему составляет сама технология гражданского участия молодежи, недостаточное развитие и внедрение соответствующих механизмов, позволяющих ей эффективно включаться в общественную жизнь, причем включаться на основании самостоятельных ходов. Проблема, очевидно, заключена не только в информированности о репертуаре таких способов. Плохо развита система коммуникации с молодыми, возникла ситуация недоверия и отчужденности, что сказывается и на подходах к самоидентификации. Внимания заслуживают практики работы «молодежных» ведомств.

На основании полученных результатов можно констатировать существование ряда проблем, которые, к сожалению, не являются уникальными для Екатеринбурга, но характерны для России в целом. Опираясь на приведенную в работе концепцию гражданской субъектности, можно говорить о необходимости пересмотра подходов работы и взаимодействия с молодежью, направленных на усиление методологической компоненты. Важно повышать компетентность молодежи в части путей гражданского участия, причем информировать необходимо не только о механизмах общения с разного рода институтами, но и о современных способах самоорганизации. Можно вести такую работу на уровне средних и высших учебных заведений. На западе потребность в подобных программах также весьма велика, и они успешно реализуются, и приносят свои плоды как на уровне привлечения

молодежи к традиционным партисипативным практикам, так и к активностям нового типа [32]. Также необходимо показать, что внеинституциональные формы гражданской активности (низовые инициативы, деятельность неформальных сообществ, частные проекты) нужны обществу и интересны государству. Необходимо демаргинализовывать их, выводить «из тени». Уже на уровне анализа первичных результатов очевидна потребность в интенсификации коммуникаций между обществом и «разной» молодежью, причем логика построения каналов и выбор инструментов коммуникации не должны быть монополией официальных структур, это должен быть конвенциональный процесс, учитывающий потребности и особенности молодежи. Особенно подчеркнем необходимость использования как можно большего разнообразия способов коммуникации, обеспечения эффективных механизмов обратной связи. Уровень развития информационных технологий позволяет сегодня использовать их для налаживания каналов обмена информацией – результатами деятельности, запросами на поддержку, полученным опытом, советами и пр.

Следует сконцентрироваться на особенностях современной молодежи, прежде всего выявить потребности и потенциал различных ее типов. На сегодняшний день молодежь представляет собой полиморфное явление, которое нельзя «привести к единому знаменателю». Молодые очень отличаются друг от друга, поддерживают огромное количество разнообразных практик, живут разными интересами и все время меняются. Это означает, что они обладают разными потребностями и неоднозначным потенциалом. При исследовании форм, механизмов, содержания необходимо не просто выявить общую тенденцию, ориентироваться на единую модель гражданской субъектности, но описать возможное практическое ее наполнение с учетом наиболее значимых трендов жизни молодежи. У различных сообществ, солидарностей, групп содержательное наполнение гражданской субъектности будет разным, поэтому и способы ее развития, поддержания, учета должны быть специфическими.

Еще одно важнейшее направление – повышение уровня взаимного доверия молодежи и общества. Так, «...доверие, выступая в качестве неотъемлемого элемента социальных интеракций, является важным фактором, определяющим уровень и особенность социальной активности, в том числе и на государственном уровне. Ряд авторов склонны считать, что именно особенности доверия в межличностных отношениях, отношениях между личностью и государственными (а также общественными) институтами определяют особенности социальной активности...» Кроме того, отмечается, что уровень социального доверия среди молодежи в качестве фактора социальной активности может быть охарактеризован в большей степени как доверие в малых социальных группах, а не в общественных и государственных учреждениях, т. е. просматривается некоторый уровень отчужденности молодежи от формальных институтов [33]. Доверие к официальным механизмам может быть обеспечено только через демонстрацию их эффективности, следовательно, необходимо не только обеспечить их нормальное функционирование, но широко освещать успешный опыт.

Подводя итоги, отметим, что только современный коммуникационный подход, учет всех элементов сложнейшей сети отношений, образующих современное общество, даст положительный эффект в работе с молодыми гражданами. Проблемы гражданственности молодежи не в личности молодого человека, но и в опыте, условиях, контекстах ее функционирования и развития. Если ориентироваться на такую установку, это станет основой включения молодежи в общественные процессы в качестве одного из полноправных субъектов, способных на многое.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Нарыкова С. П. Правовое государство и гражданское общество: мифы и проблемы (к вопросу о гражданском обществе) // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2013. № 6. С. 35–38.
2. Политическое участие // Левада-центр. 01.04.2010. URL: <https://www.levada.ru/2010/06/24/problema-obshhestvenno-politicheskogo-uchastiya/> (дата обращения: 12.06.2018).
3. В Кремле назвали «естественным» рост числа протестных акций // РБК. 07.11.2017. URL: <http://www.rbc.ru/politics/07/11/2017/5a018fb29a7947faa7b87549> (дата обращения: 01.12.2018).
4. Гранина Н. Зачем пресовать подростков? // Лента.ру. 05.07.2017. URL: <https://lenta.ru/articles/2017/04/05/miting/> (дата обращения: 27.11.2018).
5. Чеповская А., Гранина Н. Движука, которой раньше не было // Лента.ру. 28.03.2017. URL: <https://lenta.ru/articles/2017/03/28/protest/> (дата обращения: 25.11.2018).
6. Омельченко Е. Что представляют собой современные молодежные субкультуры? // Центр молодежных исследований. 22.05.2017. URL: <https://spb.hse.ru/news/206149626.html> (дата обращения: 15.11.2018).
7. Волков Д. Чем российская молодежь отличается от своих родителей // Ведомости. 2018. 5 дек. URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2018/12/05/788410-rossiiskaya-molodezh> (дата обращения: 10.01.2019).
8. Demarco L. The difference between civil and civic // Keynote speech to DTA Conference. 16.06.2008. URL: <https://senscot.net/the-difference-between-civil-and-civic/> (дата обращения: 01.12.2018).
9. Garrigues Ju. What is the Difference between Citizen Engagement and Participation? URL: <https://www.citizenlab.co/blog/civic-engagement/what-is-the-difference-between-citizen-engagement-and-participation/> (дата обращения: 01.05.2018).
10. Boyte H. C. Everyday Politics Reconnecting Citizens and Public Life / Univ. of Pennsylvania Press, 2005.
11. Ludden A. B. Engagement in school and community civic activities among rural adolescents // J. Youth Adolesc. 2011. No 40 (9): 1254–1270. DOI: 10.1007/s10964-010-9536-3.
12. Thacker E. Networks, Swarms, Multitudes // Communication Theory. 18.05.2004. URL: <http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=422> (дата обращения: 01.05.2018).
13. Thacker E. Networks, Swarms, Multitudes // Communication Theory. 18.05.2004. URL: <http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=423> (дата обращения: 01.05.2018).
14. Busse B., Hashem-Wangler A., Tholen J. Two Worlds of Participation: Young People and Politics in Germany // The Sociological Rev. 2015. Vol. 63, iss. 2. P. 118–140.
15. Sloam J. New Voice, Less Equal. The Civic and Political Engagement of Young People in the United States and Europe // Comparative Political Studies (CPS). 2014. Vol. 47, iss. 5. P. 663–688.
16. Егоров И. В. Гражданское мировосприятие и мировоззрение личности: сходство, различия, диагностика // Ежегодник научно-методологического семинара «Проблемы психолого-педагогической антропологии»: сб. науч. ст. / отв. ред. И. В. Егоров, Л. Б. Филонов. СПб.: НИЦ АРТ. 2015. № 5. С. 54–62.
17. Алексеев В. Н. Гражданская компетентность – социально востребованное качество образования // Формирование гуманитарной среды в вузе: инновационные образовательные технологии. Компетентностный подход. 2013. Т. 4. С. 36–39.
18. Шикова Р. Ю. Гражданская общероссийская идентичность (социологический аспект) // Вестник АдыгГУ. Серия 1. Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2009. № 1. С. 111–116.
19. Соловьев А. Культура гражданственности. К новой парадигме // Свободная мысль. 1992. № 7. С. 61–71.
20. Горный М. Б. Некоммерческие организации как субъекты гражданского участия // Публичная политика в современной России: субъекты и институты: сб. ст. / отв. ред. и сост. Н. Ю. Беляева. М.: ТЕИС, 2006. С. 219–230.

21. Акимов М. К. Интеллект и гражданская активность студентов: образование как фактор их формирования // Обучение и развитие: современная теория и практика: материалы XVI Междунар. чтений памяти Л. С. Выготского. М.: Левъ, 2015. С. 14–26.
22. Макаренко А. С. Гражданская инициатива как фактор развития гражданского общества // Система ценностей современного общества. 2014. № 35. С. 97–101.
23. Основы государственной молодежной политики на период до 2025 г. Правительство РФ. М., 2014. URL: <https://rg.ru/2014/12/08/molodej-site-dok.html> (дата обращения: 01.12.2018).
24. Щепочкин Н. С. Активная гражданская позиция молодежи как фактор становления ее субъектности // Власть и управление на Востоке России. 2011. № 3. С. 213–220.
25. Ольховая Т. А., Гаврилова Н. А. Субъектность как основа становления гражданской позиции студентов университета // Современные проблемы науки и образования. 2016. № 2. С. 257–266.
26. Ольховая Т. А. Становление субъектности студента университета: дис. ... д-ра пед. наук / ОренбГУ. Оренбург, 2006.
27. Clarke O. E. *Virtuous Vice: Homoeroticism and the Public Sphere*. Durham: Duke University Press, 2000.
28. Levine D. P. *The Capacity for Civic Engagement: Public and Private Worlds of the Self*. Palgrave Macmillan, 2011.
29. Frank J. «Besides Our Selves»: An Essay on Enthusiastic Politics and Civil Subjectivity // *Public Culture*. 2005. Vol. 17, iss. 3. P. 371–392. DOI: 10.1215/08992363-17-3-371.
30. Красавин И. В. Политическая экономия социальной системы: связи, отношения, организация // *Полития*. 2017. № 1 (84). С. 72–93.
31. Алексеева А. В. Гражданская субъектность в России: опыт и проблемы формирования // *Теория и практика общественного развития*. 2010. № 4. С. 161–164.
32. Fahmy E. *Young Citizens. Young People's Involvement in Politics and Decision Making*. London: Routledge, 2006.
33. Social Activity of Youth in Social and Cultural Measurement / D. Yeshpanova, G. Narbekova, N. Biyekekenova, J. Kuchinskaya, O. Mukanova // *Procedia, Social and Behavioral Sciences*. 2014. № 140. P. 109–144.

I. A. Simonova

Ural State Pedagogical University

CIVIL SUBJECTIVITY OF YOUTH: FROM CONCEPTUAL ANALYSIS TO ASSESSING AND IMPROVING THE SITUATION

The article is devoted to social and philosophical analysis of civil subjectivity phenomenon. It focuses on forming and revising theoretical basis that encourages further operationalization of the concept of "civil subjectivity". The refined model of civil subjectivity, on which basis the conceptual field of research is systematized, is presented. The results of applying the proposed theoretical model are demonstrated. This model was employed in the course of empirical research (interview) conducted in August-October 2017 in Yekaterinburg. Based on the qualitative data received, major challenges of civil subjectivity of the respondents are described, and the main vectors of transformation in the field of work with youth are determined. The results show practical use of the concepts proposed.

Civil subjectivity, the youth of Russia, model of civil subjectivity, civic competence, civic engagement, communication

УДК 130.2+304.2

О. В. Гуторович, В. Н. Гуторович

Военно-космическая академия имени А. Ф. Можайского

СУЩНОСТЬ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ ЕЕ УКОРЕНЕНИЯ В ОБЩЕСТВЕ

Посвящается проблемам, связанным с развитием научно-технического прогресса и формированием информационно-технологической парадигмы, ключевым элементом которой являются информационно-коммуникационные технологии. Обращаясь к исследованию информационно-технологической парадигмы, вскрывая архитектуру и прописывая композицию, авторы останавливаются на ее существенных чертах – всеохватности эффектов новых технологий, гибкости, сетевой логике организации любой системы и отношений. Особое внимание уделяется информации, изменение статуса которой, связанное с технологической конвергенцией, привело к созданию информационно-коммуникативной системы. Не менее важно показать читателям, что информационно-технологическая парадигма, набирающая внушительную силу и укореняющаяся в обществе, приводит в движение константу бытия, оказывая влияние на все сферы жизни человека.

Информационно-технологическая парадигма, константа бытия, научно-технический прогресс, технологическая конвергенция, информационно-коммуникационные технологии, сетевая структура

Развитие научно-технического прогресса во второй половине XX – начале XXI в. привело к революционным трансформациям всех сфер общественной жизни. Сегодня есть все основания говорить о преобразованиях как в экономической области деятельности человека, так и в социальной, политической, культурной. Причем темпы развития общества многократно возросли по сравнению с первой половиной XX в., демонстрируя тенденцию к постоянному ускорению. Основу происходящих изменений составляют информационно-коммуникационные технологии, включающие создание и развитие технологий в микроэлектронике, вычислительной технике, области телекоммуникаций/вещании и оптико-электронной промышленности. Этот своеобразный базис обеспечивает революционные прорывы в медицине, сфере новых материалов и источников энергии, в производственной технике (нанотехнологии) и транспортной индустрии. Более того, процесс технологических трансформаций сегодня представляет собой экспоненциально растущую величину. Есть все основания говорить о крупном историческом событии, сравнимом с индустриальной революцией XVIII в., об информационно-технологической революции, закладывающей основы новой экономики, общества и культуры.

История революций показывает, что признаком подобного рода коренных преобразований является их всеобъемлющее влияние на все сферы человеческой деятельности. Сама же суть революционных преобразований оказывается вплетенной в любую деятельность в виде некой «ткани». В нашем случае это означает, что информационно-технологические инновации не следует изучать как изолированное событие. Испанский социолог-постмарксист М. Кастельс в работе «Информационная эпоха» отмечает, что революция, с которой сегодня столкнулось общество, позволяет рассматривать информационно-коммуникационные технологии в качестве ключевого элемента развития всей обществен-

ной системы, точно так же, как в свое время оценивались паровая машина, электричество, ископаемое топливо и атомная энергия [1, с. 51]. Они же составляют основу информационно-технологической парадигмы, укореняющейся в обществе.

В соответствии с Т. Куном, парадигма представляет собой совокупность целого ряда фундаментальных установок – и концептуальных, и методологических, и ценностных. Они принимаются сообществом людей, пронизывают их деятельность, определяют их решения, программируя дальнейшее развитие общества. Обращаясь к исследованию Е. Масуды «Информационное общество как постиндустриальное общество» (1983), можно выделить основные принципы композиции развивающейся парадигмы [2].

В результате обнаруживается, что определяющим экономическим ресурсом в рамках формирующейся парадигмы становится информация. Еще недавно, рассуждая о функционировании экономики, информацию рассматривали как прозаичный, но необходимый предмет. Теперь ее статус изменился. Это едва ли не основной продукт самой экономики. Технологическая же информация становится фундаментом или ключом развития общества. Сектор, связанный с ее развитием и совершенствованием, занимает лидирующую позицию сразу по нескольким показателям: по доле капиталовложений, числу занятых, темпам развития, доле в ВВП. Следовало бы подчеркнуть, что речь идет не просто о центральной роли информации и знаний, а о возможности их применения к генерированию новых идей, созданию более совершенных устройств, выполняющих функции обработки информации и коммуникации. Рассуждения касаются и петли обратной связи (*feedback loop*), т. е. совокупности взаимосвязанных причинно-следственных отношений, возникающих между инновациями и направлениями их использования. Очевидно, что в этой петле обратной связи существенную ценность приобретает человеческий капитал, а интеллектуальная собственность демонстрирует свою весомость.

Об особой роли информации в современном обществе писал и М. Кастельс, отмечая, что она становится эквивалентом сырья новой экономической системы. При этом многие традиционные факторы производства уходят в тень или на второй план. Иными словами, второстепенное значение приобретают капитал, рабочая сила и земля. Кроме того, важна не только информация, но и технологии воздействия на нее.

Изменение статуса информации напрямую связано с технологической конвергенцией и формированием на этой основе единой информационной системы, обеспеченной интеграцией телекоммуникационной, компьютерно-электронной и аудиовизуальной техники. Востребованность в информации возрастает, она превращается в предмет массового потребления. И неслучайно при оценке развития современного общества учитывается количество компьютеров, мобильных телефонов, подключение к Интернету.

Для новой парадигмы характерна также корреляция информационно-компьютерных технологий с показателем эффективности производства и конкурентоспособности. По сути развитость информационной индустрии становится важнейшим фактором, сказывающимся на конкурентной борьбе того или иного предприятия, производства, государства за лидерство как на внутреннем рынке, так и на мировом. Активность делового мира сосредотачивается в информационно-коммуникативной среде, результатом чего является возникновение виртуального типа экономики и финансовой системы.

Новые технологии преобразуют все сферы и отрасли производства и, как следствие, все процессы существования и развития общества выстраиваются новым технологиче-

ским способом. Неслучайно в качестве определяющей характеристики формирующейся парадигмы принято выделять «всеохватность эффектов новых технологий, их универсальность» [1, с. 77]. Причем, есть основания полагать, что всеохватность можно толковать и географически, так как эффект от новых технологий затронул все страны мира.

Характеристику информационно-технологической парадигмы дополняют такие существенные черты, как гибкость и сетевая логика организации любой системы и отношений, выделенные М. Кастельсом [1, с. 77–78].

Очевидно, что морфология сети наилучшим образом вписывается в контекст растущей сложности и непредсказуемости развития новых информационных технологий. Сетевой логике следует придать особое значение, именно она «нужна для структурирования неструктурированного» [1, с. 77] при одновременном сохранении гибкости. Гибкость может означать, что процессы обратимы, а мобильность, модификация и приспособляемость институтов и организаций допустима. «Конфигурацию новой технологической парадигмы отличает ее способность к реконфигурации – решающая черта в обществе, для которой характерны постоянные изменения и организационная текучесть» [1, с. 77]. Оценить однозначно эту черту невозможно. Гибкость может способствовать активному изменению и развитию, быть освобождающей силой, а может вносить деструктивную и репрессивную ноту в состояние всего общества в целом. Не стоит забывать, что сама по себе сеть с присущей ей гибкостью может выполнять противоречивые функции – вести к завоеванию позиций, увеличивать силу человека или лишать независимости, отлучать от сети в качестве необходимого давления на ее участника.

Для пояснения отметим, что в современном научном значении такие понятия, как «сеть» и «сетевые структуры», используются для обозначения совокупности взаимодействующих объектов, связанных друг с другом линиями связи. У М. Кастельса сетевая структура – это «комплекс взаимосвязанных узлов», где характер конкретной сетевой структуры определяет «конкретное содержание каждого узла» [3, с. 495]. Под сетью же понимается открытая структура, имеющая возможность «неограниченно расширяться путем включения новых узлов, если те способны к коммуникации...» [3, с. 496].

В настоящее время информационно-технологическая парадигма продолжает эволюционировать, набирает внушительную силу, проникая в мысли и повседневную жизнь человека, меняя их глубинный смысл. В своем развитии она максимально открыта и адаптивна, а такие характеристики, как сложность, сетевая логика организации и всеохватность, следует рассматривать в качестве определяющих ее сущность качеств.

Американский профессор истории технологий М. Кранцберг, рассуждая о социальном измерении информационно-технологической революции, отмечал, что фактическое развертывание технологии в обществе, в сфере сознательного функционирования человека подчиняется закону, в соответствии с которым о технологии можно сказать, что она не хороша, не плоха и не нейтральна. Есть определенная матрица взаимодействий между информационно-технологической средой и человеком. Остановимся на последствиях укоренения информационно-технологической парадигмы в обществе.

Выход на историческую арену информационных технологий способствовал превращению информации, а также устройств для ее анализа и обработки в продукт процесса производства, благоприятствуя установлению неисчислимых связей между разнообразными областями деятельности человека. Новая парадигма со свойственной ей сетевой струк-

турой задала иной масштаб экономике, активизировав ее развитие. Она обострила конкурентную борьбу между сегментами экономики, существовавшими в прежних рамках, и перспективными экономическими агентами, содействуя при этом росту производительности. Можно говорить о становлении информационной экономики глобального уровня.

Глобальность просматривается как в элементах, так и в процессах экономической системы. Например, в доли секунды возможно проведение финансовых операций в масштабе планеты. Не зная границ, циркулируют финансовые потоки, связанные с семейными сбережениями, судьбой корпораций, национальными валютами, региональными экономиками. Движение и управление капиталом осуществляется в непрерывном режиме реального времени через глобальные финансовые рынки. Глобальным ресурсом становится и труд. Так, работодатель может привлечь специалистов высокого класса из разных уголков мира с помощью современных информационно-коммуникативных средств или в поисках трудовых ресурсов выбрать для фирмы наиболее выгодное местоположение. Наконец, инициатива с большой вероятностью может исходить и от самих работников, которым современные коммуникации позволяют искать работу в разных регионах и точках мира.

Глобализации подвержены наука, технология и информация. Тесная взаимосвязь научно-исследовательских центров превращается в условие их существования и развития. Без обмена инновационными знаниями и технологиями трудно представить современный научный мир. Научные школы и центры сохраняют за собой статус правообладателя конкретными технологиями, но при этом вынуждены делиться своими изобретениями через глобальную взаимосвязную сеть. Кроме того, перемещение инноваций сопряжено с миграцией инженеров, ученых, менеджеров из компании в компанию, из одной страны в другую. При этом политика ограничения и протекционизма не мешает услугам, торговле, рынкам приобретать глобальные масштабы.

Признаками новой экономической системы, развивающейся в рамках информационно-технологической парадигмы, становится возрастающая зависимость от обмена данными, знаниями и информацией, которые выступают в качестве важнейших компонентов богатства и силы: компьютеризированный мониторинг, широкое применение научных знаний, война за контроль над информацией. Виды деятельности не изменились, как и ранее существуют сельское хозяйство, производство, услуги, но изменилась технологическая способность обрабатывать и понимать символы. Эта способность принимает значение главной производительной силы. Для экономики нового типа характерны также подвижность капитала, отказ от неповоротливых бюрократических систем, гибкость или пульсирующая организация производства, подразумевающая мгновенную реакцию на условия ведения бизнеса с возможностью его сокращения или расширения в зависимости от выгод.

Информационно-технологическая парадигма – это историческая реальность. С этой реальностью ассоциируются организационные особенности устройства общества. К таким особенностям следует отнести деловые сети и технологический инструментарий, обеспечивающий их функционирование. В связи с тем, что понятие «деловые сети» сравнительно ново, его однозначной трактовки в научной литературе нет. Тем не менее отметим, что деловые сети проистекают из различных задач, существуют в различных формах и контекстах. Примером являются семейные сети азиатско-восточного типа, предпринимательские сети, охватывающие торговые ассоциации, учреждения науки и образования, различные предпринимательские структуры, центры стандартизации и т. д. Понятие деловых сетей можно отнести к

бизнес-сетям, промышленным сетям и рынкам, тогда их назначение определятся поиском партнеров по бизнесу, поиском работы и инвесторов, обменом опытом и кооперацией.

В рамках утверждающейся парадигмы возникли разнообразные организационные тренды [4]. Чаще всего говорят о стратегических альянсах (Strategic Alliance), предполагающих переплетение крупных независимых корпораций с целью получения наибольших выгод от объединенных ресурсов, о мультинаправленной сетевой модели организации, юридически самостоятельных мелких и средних предприятий, поддерживающих друг друга в ведении хозяйства, и лицензионно-субподрядной модели производства под «зонтичной» корпорацией. Это сетевые предприятия, успешность которых напрямую зависит от информационно-коммуникативных технологий и реализации сетевых стратегий. Практически их деловые отношения реализуются с помощью сетей, преследующих в качестве цели реализацию конкретного проекта или программы.

Опираясь на интернет-технологии, деловая сеть получает возможность оперативно реагировать на любые запросы и требования современного мира: развиваться, включать в свой состав новые компоненты, сворачиваться. Интерактивность улучшает качество делового сотрудничества, обеспечивает многонаправленный обмен информацией, способствует быстрому принятию оптимальных решений и взаимопониманию партнеров. Крупномасштабные производственные сети в режиме онлайн взаимодействуют с заказчиком, проводя политику ориентированного на потребителя производства. Речь идет о технологических инструментах, с помощью которых деловая сеть решает разноплановые задачи. Такими инструментами выступают телекоммуникационные сети, мобильные устройства, компьютеры и их программное обеспечение, с помощью которых осуществляется связь с любым работником и с любым местом в необходимое время.

Получить представление о парадигме, укрепляющейся в обществе, можно сложив все ее особенности в единое концептуальное целое. Показателем системных изменений в обществе является изменение профессиональной структуры и структуры занятости населения. Сегодня можно констатировать, что перераспределение удельного веса секторов хозяйства в ВВП всех стран мира осуществляется в пользу сферы услуг, вследствие чего наблюдается сокращение как сельскохозяйственной занятости, так и традиционной промышленной. В связи с тем, что производительность труда и рост экономики находятся в прямой зависимости от знаний, увеличивается значение профессий, связанных с высокой насыщенностью информацией и ее обработкой. Востребованными оказываются специалисты по информационным ресурсам, системные программисты, разработчики и администраторы баз данных, архитекторы информационных систем, системные аналитики, инженеры-электронщики, графические дизайнеры, операторы дронов и т. п. Ключевые позиции начинают играть работники экспертного информационного труда. Наблюдается стремительный рост технических и управленческих рабочих мест, стабильной остается занятость в сфере торговли, оформляется индивидуальная и дистанционная модель организации труда и занятости. Такая модель размывает представления о традиционном рабочем времени, и все чаще приходится сталкиваться с неполным рабочим днем, нечетко обозначенными профессиональными позициями, с отсутствием традиционного продвижения в течение жизни по ступеням карьерной лестницы.

В профессионально-квалификационной структуре фиксируется рост на верхнем и нижнем уровне, что выступает следствием интеллектуализации производства. Информационные

процессы, стремительно меняющие рынок труда, делят рабочую силу на высококвалифицированных специалистов, обладающих уникальными компетенциями, и тех, кто способен выполнять простейший набор операций. Специалисты-профессионалы имеют высокий уровень образования и высшую квалификацию, гарантирующие им руководящие должности и высокооплачиваемую работу. Расширяющаяся информатизация экономической сферы преобразует привычные представления об образцовом работнике. В идеале перед нами должен предстать человек высокого производительного потенциала, способный автономно и независимо принимать и программировать решения по всей последовательности и циклу производимых работ. Закладывается иная социальная структура, свидетельствующая о происходящих исторических трансформациях, связанных с информационно-технологической парадигмой. Меняются требования по отношению к действующим лицам экономической системы. Они должны сочетать знания и воображение с действием, новая система предпочитает в большей степени новатора, чем просто рабочего, менеджера или финансиста. Базовой характеристикой рынка труда становится индивидуализация и интеллектуализация трудового процесса.

Архитектоника информационно-технологической парадигмы предполагает иную систему коммуникаций. В основе взаимодействия субъектов лежат цифровые технологии, которые позволяют увеличивать плотность коммуникаций, охватывать все проявления культуры, интегрировать разнообразные формы выражения, а также широкий спектр интересов и ценностей. Общество сталкивается с сетевой интеграцией множества видов коммуникаций: формальных и неформальных, внутренних и внешних, вертикальных и горизонтальных. Активное участие в коммуникационной мультимедиа-системе дает субъекту возможность осуществлять обмен мыслями, знаниями, идеями, эмоциями и чувствами. Это своего рода процесс социализации передаваемого сообщения. Отсутствие в этой системе приближает к маргинальному состоянию.

Система коммуникации требует от человека адаптации к ее языку, логике, кодированию, точкам входа, а любые препятствия на пути входа в нее уже порождают конфликтные ситуации, грозя в дальнейшем превратиться в события культурной борьбы за новое общество.

Развитие системы цифровой коммуникации обнаруживает ряд тенденций: включенный во взаимодействие субъект получает новые возможности и новые риски. В системе новой коммуникации ему открыт доступ к огромному массиву информации, к разнообразным услугам и образовательным программам. Задать вопрос администрации города или депутату, участвовать в благотворительных акциях или осуществить покупку в магазине можно в несколько кликов мышью. Через социальные сети всегда можно найти единомышленников, чтобы обменяться информацией, новостями, мнениями, фото. Не случайно в работе «Понимание Медиа: внешние расширения человека» М. Маклюэн прогнозирует расширение культурной среды и создание нового искусственного пространства [5]. Но при этом нужно помнить, что человек сталкивается с многоформатным информационным потоком, перед которым оказывается незащищенным. Цифровая система коммуникации породила такое явление, как информационное перенасыщение. С ним связывают упадок оригинальности, его объявляют причиной психологических заболеваний и экзистенциального кризиса, который испытывает и переживает человек. При описании этой культурной проблемы все чаще говорят о «синдроме информационной усталости», о неспособности человека сконцентрироваться из-за перегрузки краткосрочной памяти.

Находясь внутри системы цифровых коммуникаций, субъекту взаимодействий не избежать технологий манипуляции, по сути насилия, оказывающего влияние на подсозна-

тельную сферу, нивелирующего индивидуальность, искажающего восприятие реальности, и, в конечном итоге, превращающего человека в послушный инструмент удовлетворения чужих потребностей. С целью тайного коммерческого, политического, психологического принуждения используются спамы, клише, определенные штампы, ассоциации, троллинг, повтор и представление информации в выгодном контексте.

Наряду с перечисленными возможностями и рисками новой коммуникационной системы следует затронуть проблему трансформации времени и пространства. В рамках этой коммуникационной системы классические представления о фундаментальных измерениях стираются. Сбываются фантастические идеи человека, ему предоставляется шанс программировать время, допуская в своих сообщениях взаимодействие прошлого, настоящего и будущего. Что же касается пространства, то здесь обнаруживаются две тенденции: с одной стороны, оно расширяется, с другой стороны, стираются географические, культурные и исторические особенности местности. Осязаемые пространственно-временные границы как бы размываются, они не соответствуют реальности, а существуют лишь в восприятии субъекта [6, с. 123]. Материальным фундаментом новой культуры, формирующейся на базе информационно-технологической парадигмы, выступает «не пространство мест, а пространство потоков и вневременное время» [1, с. 353].

Прописывая композицию информационно-технической парадигмы, остановимся на тех повседневных мелочах, которые неотвратимо вторгаются в každодневную жизнь человека, создавая новый быт и иную приватность. Вряд ли сегодня, рисуя картины современного жилища, мы забудем в своих фантазиях представить стиральную машинку, кухонную плиту, микроволновку, холодильник, посудомоечную машину, тостер, кофеварку и т. д. Возможно, в своих более смелых проектах мы остановимся на идее умных домов или кибер-домов, вспомнив о технологической программе, которую еще в начале 2000 гг. запустила шведская компания «Vattenfall». Эта программа позволила одновременно автоматизировать и упростить управление всеми коммуникациями жилища: работу телевизионного, светового, охранного, противопожарного, вентиляционного и иного оборудования. С помощью мобильного телефона или через Интернет у человека появилась возможность контролировать работу домашней техники. Все это демонстрирует не только иную организацию быта, но и новый стиль повседневной жизни, характеризующийся комфортом и уютом. Система сигнализации для пожилых людей, электронный контроль за маленькими детьми, ТВ для освоения образовательных программ, аудио- и видеоплееры, позволяющие приобщиться к аудиовизуальным избранным мирам. Все это доказывает, что новейшие технологии не только облегчают существование человека и улучшают качество жизни, но и высвобождают время для досуга и продуктивной творческой деятельности, увеличивая шансы на самореализацию.

Подведем некоторые итоги исследования. Правомерно утверждать, что с оформлением и укоренением информационно-технологической парадигмы в жизни общества константа бытия пришла в движение. Изменения наблюдаются по всем направлениям развития общества, и эти изменения задают информационные технологии. Именно они привели к росту количества и качества разнообразных средств доставки информации до потребителей, и сегодня мы становимся свидетелями общей медиализации. Прав был М. Маклюэн, предсказывая, что электронные средства коммуникации увеличивают размах своего влияния на человека и общество вплоть до появления «глобального объятия» и формирования «глобальной деревни» [5, с. 8]. Перед нами глобальная информационная инфраструктура, обеспечивающая не просто единое мировое информационное простран-

ство, а способствующая формированию мировой «информационной экономики» и даже мировой нормативно-правовой системы. Разрабатываемая как общемировая информационная сеть глобальная информационная инфраструктура открывает неограниченные возможности, которые могут быть связаны с давлением на разные сферы общества. Например, расшатывать или сохранять равновесие мировой рыночной экономики, контролировать политический климат разных культур, народов и государств, разжигать религиозные конфликты или ненависть, формировать эстетические вкусы и т. д.

Ж. Эллюль, французский философ и социолог, исследующий сущность, природу и влияние технологий на окружающий мир и человека, обратил внимание на несколько условий, необходимых для смены и утверждения новой информационно-технологической парадигмы. Такими условиями могут быть названы: достаточное количество средств производства и необходимых технологий, рост населения и сопряженный с этим явлением рост потребностей, прочная и устойчивая база для научных исследований, готовность к восприятию уникальных идей и, наконец, социальный климат, т. е. готовность общества к революционным изменениям [7, с. 19]. Все эти условия налицо, а информационно-технологическую революцию в настоящее время следует рассматривать как свершившийся факт.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура / пер. с англ.; под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: Изд-во ГУ ВШЭ, 2000.
2. Репетюк В. Ф., Масуда Е. Информационное общество как постиндустриальное общество: реферат монографии // Социокультурные утопии XX в. Вып. II. М.: ИНИОН, 1983. С. 190–209.
3. Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе: антология / под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. С. 494–505.
4. Гулин С. А. Базовые модели организации сетей // Науч. журн. 2015. № 1. С. 22–23. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bazovye-modeli-organizatsii-setey> (дата обращения: 31.01.2019).
5. Маклюен Г. М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаевой, М. Жуковского. М.: КАНОН-пресс-Ц; Кучково поле, 2003.
6. Селютин А. А. Пространство и время в интернет-коммуникации: влияние постмодернизма // Вестн. ЧелГУ. 2012. № 6 (260). Филология. Искусствоведение. Вып. 64. С. 122–124.
7. Бард А., Зодерквист Я. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма / пер. с швед. Стокгольм. шк. экономики в СПб., 2004.

O. V. Gutorovich, V. N. Gutorovich
Mozhaisky Military Aerospace Academy

THE ESSENCE OF INFORMATION TECHNOLOGY PARADIGM AND THE CONSEQUENCES OF ITS ESTABLISHMENT IN SOCIETY

The article is devoted to the problems associated with the progress in science and technology and the formation of information technology paradigm, the core element of which are information and communication technologies. Studying information technology paradigm, revealing its architectonics and describing the composition, the authors consider its essential features, such as the comprehensiveness of the impact of new technologies, flexibility, network logic of organizations of any system types and any relations. Particular attention is paid to the information which status changed in connection with technological convergence, creating information and communication system. It is equally important to demonstrate that information technology paradigm, gaining impressive strength and establishing itself in society, sets in motion the constant of being and influences all spheres of human life.

Information technology paradigm, the constant of being, scientific and technological progress, technological convergence, information and communication technologies, network structure

УДК 130.2:304; 17

Р. И. Мамина

Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина)

Е. Е. Елькина

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики

СЕТЕВОЕ ОБЩЕСТВО И ЕГО РЕАЛИИ: ЦИФРОВОЙ ЭТИКЕТ

Рассматриваются подходы к анализу сетевого общества, основные черты, тенденции его становления и развития. Основу сетевого общества составляют Интернет и инфраструктура социальных и медиа-сетей, трансформирующие социальную реальность и способы социальных коммуникаций на индивидуальном, групповом и глобальном уровнях. Формирование нового социального порядка с необходимостью предполагает и формирование новой социальной культуры – цифровой культуры как смыслообразующего и регулятивного компонента сетевого общества. Важной составляющей цифровой культуры, определяющей ценностные установки и нормы для участников сетевых коммуникаций на всех уровнях взаимодействия, является цифровой этикет. В статье анализируются специфика и функции цифрового этикета и как вида поведенческой культуры в виртуальной среде, и как одного из способов обретения индивидуальной свободы самовыражения с учетом интересов Другого. Показаны роль и значение этикета как исторически сложившегося нормативно-этического регулятора социальных отношений в становлении и развитии сетевого общества.

Сетевое общество, глобализация, сетевая структура социальных коммуникаций, новый социальный порядок, социальные нормы, трансформация ценностей, виртуальное бытие социума, цифровая культура, сетевой этикет, цифровой этикет

Сетевое общество: теории и практики сетевых коммуникаций. Современное общество с конца XX – начала XXI в. характеризуется новыми чертами, вызванными развитием цифровой революции: формированием глобальной цифровой инфраструктуры, лежащей в основе становления цифровой экономики, цифровых коммуникаций и цифровой культуры. Цифровые технологии и связанные с ними трансформации реальности (природной, социальной и виртуальной) дали название настоящему этапу в развитии современной цивилизации – цифровая эпоха. Источником указанных трансформаций являются технологии пятого и шестого технологических укладов – NBICS-конвергентные технологии, представляющие технологический базис общества цифровой эры [1]. Их влияние на общественный прогресс отразилось в преобразовании иерархической социальной структуры общества в сетевые формы коммуникаций на всех уровнях социального взаимодействия: межличностном, групповом, национальном, глобальном. Национальный государственный контроль в сфере производства, экономики, науки и политики стал замещаться управлением глобальных межнациональных сетевых корпораций, осуществляющих контроль за деятельностью акторов сети через многообразные формы сетевых коммуникаций.

В связи с этим в переходный период от информационного (постиндустриального) общества к сетевому (постинформационному) параллельно функционируют две формы управления социальными процессами – государственная и межнациональных корпораций, что созда-

ет одновременно и источник напряженности в социальных взаимодействиях разных уровней (политическая нестабильность, военные конфликты, «оранжевые революции», «желтые жилеты» и др.), и потенциал прогрессивных преобразований общественного устройства (экологические движения – Green Peace, протестные движения антиглобалистов и др.).

Сеть – явление не новое, в этой связи Ф. Капра отмечает, что модель сетевой организации характеризует все уровни жизни: «Везде, где мы обнаруживаем жизнь, мы видим сети» [1, с. 24], представляющие модель балансирования социальных и природных систем от хаоса к порядку в процессе своего развития для достижения устойчивого неравновесия. Новым является то, что сетевые связи усилены информационно-коммуникационными технологиями, поэтому применительно к социальным сетям процесс многократно усложняется вследствие наложения их на сети разных видов и назначения: природных, технологических, социальных реальных и виртуальных. Вот почему сетевая структура социальных коммуникаций представляет новый вид многоуровневой нелинейной общественной структуры, в которой коммуникации осуществляются в реальном и виртуальном пространствах. Сетевое общество, как отмечает М. Кастельс, представляет «новый социальный порядок информационного века... который создает культуру виртуальности» [2, с. 386–387]. Основные характеристики сетевых коммуникаций – скорость передачи информации, предложений, товаров, услуг; глобальный характер охвата благодаря доступу к сети Интернет; менеджмент знаний. Цифровые технологии передачи информации, благодаря логике двоичного кода технологизируют социальное время, разрушают привычные ритмы жизни в социуме, формируют клиповое сознание участников сетевых коммуникаций, определяют новые форматы и новые формы подачи информации. Поэтому в условиях новых реалий понятие сети оценивается специалистами как ключевое для целого ряда дисциплинарных и междисциплинарных областей, исследующих когнитивные, социальные и социокультурные процессы.

Мегатрендами общественного развития сетевого общества становятся цифровые технологии (микроэлектроника, биотехнологии, информационные технологии), цифровая экономика, цифровая культура, цифровая наука, цифровая медицина. Важную роль в управлении общественным сознанием сетевого общества выполняют медиасети, формирующие точку зрения на происходящие события, образ жизни, ценности. Погружение в гаджеты и Интернет способствует виртуализации сознания индивида и социальных связей, усилению социальной напряженности в результате ускорения темпов смены технологий, больших информационных потоков и в совокупности – усилению нестабильности социальных структур. Поэтому в условиях становления сетевого общества объективируется необходимость в разработке моделей сетевых коммуникаций, выражающих в том числе гуманистические ценности и нормативные установки социального взаимодействия.

В настоящее время модели сетевого общества, акцентирующие внимание на разных аспектах его становления и его специфики, широко представлены в концепциях таких известных западных ученых, занимающихся проблемами постинформационного общества, как М. Кастельс, Я. ванн Дейк, Э. Тоффлер, Б. Латур, М. Каллон, Дж. Аркилла, Д. Ронфельдт, Б. Велмлэн, Р. Хилл и др.

В качестве основных характеристик сетевого общества аналитики называют:

1) развитую цифровую инфраструктуру как основу интерактивных цифровых коммуникаций;

2) формирование и институционализация сетей как формы организации и взаимодействия социальных, политических, экономических ассоциаций внутри сетевого общества и за его пределами;

3) власть медиа;

4) управление знаниями.

Понятие «сеть» в настоящее время становится ключевым и в понимании тех качественных изменений общественного развития, которые происходят на микро-, мезо- и макроуровнях. Сеть является сложным способом организации живых систем, в которой наименьшее число связей равно двум. Единая связь двух звеньев образует отношения, поэтому индивиды как элементы общественных отношений образуют узлы, а общество – систему. По определению М. Кастельса, социальная сеть представляет совокупность взаимосвязанных «узлов». Общество сетевых структур, согласно ученому, представляет новый социальный порядок, который большинством участников социальных коммуникаций воспринимается как социальный хаос, вызванный неконтролируемой логикой рынка, глобализацией, геополитическими факторами. Особенностью сетевых обществ является неравномерная глобализация, вызванная их взаимодействием с промышленными и аграрными обществами. Деятельность сетей определяется программой с конкретными целями и правилами функционирования. Сети представляют собой сложные открытые структуры коммуникации, способные самопрограммироваться, самонастраиваться и адаптироваться к операционной среде. По выражению Кастельса, «Именно сети составляют новую социальную морфологию наших обществ, а распространение сетевой логики в значительной мере сказывается на ходе и результатах процессов, связанных с производством, повседневной жизнью, культурой, властью» [3, с. 494].

В условиях неравномерной глобализации М. Кастельс, Г. Кордозо, Д. Д. Барни и другие современные ученые, занимающиеся проблемами сетевого общества, обращают особое внимание на то, что сетевое общество в настоящее время распространяется на весь мир, но *не на всех без исключения*. Основная причина – существующее в современном глобальном мире информационное неравенство, также одной из причин является и то, что не все пользователи компьютеров являются участниками социальных компьютерных сетей. Однако сеть в современном обществе выступает, по образному выражению Кастельса, строительным материалом, организующим совместную деятельность людей, а также представляет собой структуру, игнорирующую границы, и позволяет мелким и средним сообществам связываться с крупными сообществами, обеспечивая таким образом непрерывную коммуникацию и немедленную адаптацию к изменениям внешней среды. В связи с этим одной из насущных задач развития современного социума является решение проблемы обеспечения равного доступа к информационным ресурсам его членов как необходимое условие становления сетевого общества и реализации его потенциала *для всех без исключения*.

В свою очередь, Дж. Аркилла и Д. Ронфельдт при анализе реалий сетевого общества отмечают трансформацию роли конфликтов в результате информационной революции: на передний план выступают «сетевые войны», в ходе которых организации акторов быстро объединяются в сети для решения определенных задач. Сетевые структуры являются более гибкими системами внешних и внутренних взаимодействий в сети, центр которой представлен негосударственными акторами. Эти исследователи рассматривают три способа организации сетевых структур: линейную сеть, сеть, похожую на звезду (в которой все акторы связаны с

центральной ячейкой), и многоканальную сеть (в которой каждый актор связан со всеми ячейками сети) [4, с. 69]. При этом Дж. Аркилла и Д. Ронфельдт и другие исследователи подчеркивают, что при любой конфигурации сетевого взаимодействия именно глобальная сеть Интернет выполняет роль центрального звена управляющей и контролирующей инстанции посредством «центров», выражающих и продвигающих интересы «элиты».

Объясняя, почему Интернет выполняет роль центрального звена, аналитики отмечают, что всемирная «информационная паутина», представляет собой динамическую систему, «в которой технологические и социальные структуры порождают друг друга, трансформируются из техногенного явления в мощный культуросодержащий и культуурообразующий фактор» [5, с. 30], оказывающий влияние на изменение структуры и содержания социальных коммуникаций. Основу сетевого общества составляют интеграция науки, производства и коммерции, осуществляемая с помощью Интернет-коммуникаций. Используя ресурсы Интернета, прогрессивные фирмы отказываются от традиционных форм ведения бизнеса, открывая сетевые корпорации, ориентированные на построение глобальных экосистем бизнеса, привлечение компетентных специалистов, ускорение роста инноваций. Аналогичные интеграционные процессы, связанные с выстраиванием экосистем на основе взаимодействия науки, образования, бизнеса и коммерции с использованием Интернет-коммуникаций происходят повсеместно, формируя современный тип глобализации, ориентированный на «рынки будущего» (микроэлектроника, квантовые информационные технологии, геномная инженерия). Объединяя представителей разных государств и культур со схожими интересами в виртуальные сообщества, Интернет формирует устойчивые горизонтальные сетевые структуры, преодолевающие географические и национальные границы. Интегрируя телекоммуникации и медиасреду в единое виртуальное пространство, Интернет становится публичной сферой, (неподконтрольной государству), для выражения предпочтений и ценностных ориентиров акторов сети.

Я. ван Дейк в исследовании теории сетевого общества с позиций его социокультурной составляющей акцентирует основное внимание на определяющей роли средств массовой информации в формировании цифровой культуры, а также на значении сетевых структур как стабилизаторов порядка в природе и жизни общества. По сути, социальные сети включены в интерактивное взаимодействие с физическими сетями (экосистемами), техническими сетями (компьютерными, телекоммуникационными), медиасетями (трансляторами информации) и испытывают воздействие органических сетей (нейронные системы) [6, р. 25].

Согласно ван Дейку, сетевое общество выступает как форма социальной организации, в которой инфраструктура социальных и медиасетей определяет способ организации общества на всех уровнях его функционирования: индивидуальном, групповом, глобальном. Сети как организационные структуры представляют социальную среду коммуникаций индивидов, происходящих на разных уровнях (семейном, групповом, организационном, глобальном), преодолевающих государственные и иные границы. Для ученого важно не только исследование форм функционирования сетевых структур, но и содержание социальных отношений в переходный период от массового общества к сетевому [7, с. 32–35]. Отсюда целый ряд вопросов: как создаются ценностные императивы, как реализуются групповые интересы, как используются различные ресурсы в процессе сетевых коммуникаций? Все эти вопросы рассматриваются в русле формирования цифровой культуры как важного компонента становления сетевого общества, поскольку именно культурная составляющая формирует и самого че-

ловека, и социокультурное пространство современного глобального общества, что с необходимостью обеспечивает его будущее процветание. Поэтому сегодня для Европейского научного сообщества одной из центральных исследовательских задач стало изучение человеко-ориентированной цифровой эпохи (Human-centric Digital Age) с целью выявления того, как новые технологии, сети и «новые СМИ» воздействуют на человека и его ценностные ориентиры, изменяют его мысли, коммуникацию, поведенческую культуру [8].

Таким образом, для определения оптимальных сценариев развития общества в цифровую эпоху необходим всесторонний анализ основных подходов к исследованию современного социума, определение тенденций его развития, а также разработка новых моделей сетевого общества. Это позволит в рамках формирующейся цифровой культуры как смыслообразующего и регулятивного компонента сетевого общества и всей системы общественных отношений определить ценностные установки и нормативы для участников сетевых коммуникаций на всех уровнях взаимодействия.

Сегодня на цифровую культуру как современную область междисциплинарного знания возлагаются функции социальной стабильности и формирования ценностей и ценностных установок цифровой эпохи, которые в индустриальном обществе выполняли обычаи, традиции, представления о норме, долге, ответственности, этичности поведения или поступков, зафиксированные в многообразных формах мировой и национальной культуры – правовой, политической, экономической, научной, технической, эстетической, художественной, духовной.

В тематике цифровой культуры особое место занимает такая важная ее составляющая, как цифровой этикет. Среди множества нормативных образований реального бытия социума, которые так или иначе структурируют разнообразные формы коммуникативного поведения его членов, особое место всегда занимал этикет и как исторически сложившаяся нормативно-этическая система стабилизирующего характера, и как феномен культуры. Не теряет своей значимости этикет и в условиях новых цифровых реалий.

Этикет в сетевом обществе. В современном обществе этикет, как и вся коммуникативная составляющая, существует в двух пространственных измерениях – реальном и виртуальном. В *реальном измерении* этикет представлен следующими основными видами: придворный, воинский, дипломатический, общегражданский, этноэтикет и деловой этикет. В зависимости от конкретного вида проявляется специфика всех функций этикета: регулятивной, аксиологической, оценочной, коммуникативной, защитной и культурно-воспитательной, а также всех форм этикетной коммуникации: письменной, поведенческой и речевой. Письменный, речевой и поведенческий этикет – не виды этикета, а только формы выражения этикетной коммуникации. Например, дипломатический этикет строится на принципах равенства, взаимного уважения и учете взаимных интересов сторон, а воинский этикет – на строгом соблюдении принципов субординации, при этом каждый вид характеризуется всеми тремя формами этикетной коммуникации: письменной, поведенческой и речевой, которые как по отдельности, так и в целом реализуют на практике специфику каждого вида на фоне общей направленности этикетных установлений – уважение к Другому/Другим [9, с. 32]. Такое уточнение является важным с точки зрения видового анализа современного этикета как регулятора общественных отношений и как феномена культуры, где в системе ценностных оснований главной ценностью является сам человек.

В свою очередь в *виртуальном измерении* этикетная составляющая современной коммуникации представлена сетевым этикетом и цифровым этикетом. Функционально они отражают специфику этикетной коммуникации в виртуальном пространстве.

Сетевой этикет или Нетикет – это неологизм, который произошел от слияния английского «network» – сеть и французского «etiquette» – этикет. Нетикет (В. Ши, 1994) оформляется в правила поведения в сети и пользования электронной перепиской на начальных этапах развития Всемирной глобальной паутины, или Web 1.0. Одной из отличительных особенностей Нетикета является отсутствие невербального компонента, поскольку при общении в сети теряется какая-либо возможность невербальной коммуникации и вся информационная нагрузка целиком ложится на текст. Компенсаторную функцию эмоциональных состояний при сетевом общении стали выполнять символные смайлы, изображающие эмоции с помощью букв алфавита, цифр и знаков препинания. Частично символные смайлы решают проблему невербального взаимодействия в сетевой среде, но это не снимает взаимную ответственность партнеров по общению за налаживание эффективного взаимодействия в виртуальной реальности.

Вместе с развитием Web 2.0 сетевой этикет приобретает новые качественные характеристики, обусловленные спецификой Web второго поколения и его возможностями, в частности, это появление блогосферы. Однако в целом, даже дополненный Кодексом поведения блогеров «Blogger's Code of Conduct» (Т. О'Рейли, Дж. Уэйлс, 2007), Нетикет в нулевые годы все еще рассматривается специалистами как свод определенных правил поведения в сети, имеющий в основном этическую направленность. В связи с этим данный кодекс часто называют не только моральным Кодексом поведения блогеров, но и Netiquette 2.0.

Цифровой этикет – это новый вид этикета, определяющий правила коммуникативной культуры в условиях новых информационных реалий. Функционально новый этикет отражает сущность этикетной коммуникации в пространстве виртуального бытия современного сетевого общества на этапе становления и развития глобальной паутины третьего поколения – Web 3.0. Реализуя сущностные характеристики этикета в виртуальной среде, осуществляемые на базе новых и новейших ИКТ, цифровой этикет формируется как нормативно-этический регулятор коммуникативного взаимодействия в сети при помощи всех форм этикетной коммуникации – письменной, поведенческой и речевой и в целом представляет собой более широкое и емкое понятие, чем сетевой этикет, что обусловлено природой нового Web. В частности, одной из качественно новых характеристик Web 3.0, которыми не обладали ни Web 1.0, ни Web 2.0, является взаимодействие Интернета с физическим миром. Сегодня это взаимодействие определяют как оффлайн/онлайн-взаимодействие, или Phygital-взаимодействие. Термин «phygital», хотя еще не имеет широкого применения, но, по мнению аналитиков, именно он наиболее точно отражает объединение двух реальностей – физической и цифровой, поскольку его формула включает в себя «Physics + Digital = Phygital». Новый вид взаимодействия одновременно работает в реальном и виртуальном мирах, при этом, по свидетельству специалистов, основная идея заключается в том, чтобы использовать сильные стороны двух измерений и направить их во благо как отдельного человека, так и современного социума.

Тематика Phygital-среды в настоящее время – это еще мало изученное явление развития сетевого общества, соответственно и цифрового этикета. В настоящее время в рамках Phygital к этикетной коммуникации можно отнести *взаимодействие с гаджетами* и *SIP-телефонию*. В целом цифровой этикет – это и правила поведенческой культуры в виртуальном пространстве сети Интернет, и правила поведенческой культуры при взаимодействии реального и виртуального бытия современного социума. Сегодня правила цифрового этикета как правила поведения в пространстве нового Web находятся в стадии своего

формирования, о чем свидетельствует в том числе и обсуждение нового этикета в сети не только среди специалистов, но и среди пользователей, и в электронных СМИ.

Цифровой этикет и его составляющие: правила общения в сети. В условиях новых реалий общение в сети включает в себя *непосредственное общение в сети, пользование электронной почтой и мессенджеры*. Среди наиболее часто встречающихся тем для обсуждения – это нарушение личных границ в социальных сетях, приватность личной переписки, вопросы грамотности в сети, вопросы безопасности, включая корпоративную безопасность, кибербезопасность, авторское право и др. Не остаются без внимания и такие, казалось бы, менее значимые, но не менее важные вопросы для обсуждения, как тяжелые файлы, наличие названия темы в электронном письме, тема приветствия и заключительная формула вежливости в конце письма, использование эмодзи в электронной переписке, обратная связь и другие вопросы, касающиеся виртуального бытия в сети и его проблематики.

В рамках этикетной коммуникации в сети не на все эти и другие подобные вопросы найдены ответы. Поэтому при сетевом общении, по мнению большинства пользователей, следует руководствоваться прежде всего здравым смыслом. А вот как звучат на такие случаи советы Телеграмм-канала «Цифровой этикет»: «Самый простой способ освоить цифровой этикет – все время задавать себе вопросы: не доставляю ли я кому-либо неудобство, не подвергаю ли я кого-нибудь опасности, отнимаю ли я чье-то время, внимание (и трафик!)» [10]. Эти достаточно простые советы очень точно отражают главную этикетную установку поведенческой культуры в практиках реального и сетевого общения – Другой/Другие как ценность.

Однако в настоящее время поведение в сети обусловлено не только развитием новых технологий, но и умением взаимодействовать с этими новыми технологиями, поэтому в первую очередь речь идет об анализе ситуаций, напрямую связанных с их функциональными характеристиками, и поведенческом решении возникающих ситуаций. При этом, следует особо отметить, что анализируя цифровой этикет, мы говорим не о нормах, имеющих регламентированный характер, а о советах и рекомендациях, касающихся поведенческой культуры в сетях. В основе такой терминологической особенности – двойная природа цифрового этикета, поскольку он представляет собой реализацию сущностных характеристик этикетной коммуникации в виртуальном пространстве, осуществляемых на базе новых и новейших ИКТ. Отсюда необходимость анализа ситуаций, связанных с использованием технологических инструментов, позволяющих специалистам давать необходимые рекомендации, направленные на формирование цифровой культуры в виртуальном пространстве. В этой связи отдельное внимание привлекают рекомендации, посвященные поведению в сети в новых условиях, предлагаемые нашими украинскими коллегами А. Элькиным и М. Пашенко, создателями проекта «НеоЭтикет: новая грамотность в цифровом веке» [11].

Авторы проекта вводят понятие «Неоэтикет» и объясняют его как неологизм, который означает современный этикет, что, собственно, является синонимом цифрового этикета. Последовательный анализ ситуаций, связанных с использованием электронной почты и других технологических инструментов, позволяет разработчикам проекта предлагать варианты этикетного решения выхода из сложных ситуаций. Особую ценность эти рекомендации представляют собой и потому, что создатели концепции Неоэтикета формируют правила нового этикета, основываясь и на результатах международных независимых исследований, и мнениях экспертов в области медиа, и собственном опыте работы в сфере инновационных технологий, а также и на маркетинговом поиске наиболее часто встречающихся ошибок в сети

при активном участии непосредственно самих пользователей, объявляя в том числе и различные конкурсы на самые худшие ошибки. При этом, основатели проекта подчеркивают, что в команде «человек–машина», активная позиция остается за человеком, поэтому человек должен научиться дружить с технологиями, чтобы достойно встретить будущее, и именно Неоэтикет, по их мнению, – это способ интегрироваться в будущее [11].

Цифровой этикет и его составляющие: Phygital взаимодействие. В рамках этикетной коммуникации Phygital-взаимодействие сегодня реализуется как взаимодействие с гаджетами и SIP-телефония.

Взаимодействие с гаджетами. По оценке аналитиков, такая составляющая цифрового этикета, как практики пользования гаджетами, находится сегодня в серой зоне, поскольку нормы, ограничивающие спонтанные поведенческие практики пользования гаджетами в условиях повседневности, все еще не выработаны. Проблемы, связанные с интернет-зависимостью и, как следствие, различного рода ее фобиями, например такими как *номофобия* (страх, фобия остаться без мобильного телефона или вдалеке от него), *селфифобия* (страх перед плохим фото), *FOMO* (боязнь пропустить что-то новое в сети), *фаббинг* (игнорирование присутствия других людей в пользу гаджета) и др., детерминированные развитием ИКТ, стоят достаточно остро. Решение проблем цифровой зависимости – это прежде всего самоконтроль и конкретные действия, которые должны базироваться в том числе и на главном принципе этикетной коммуникации – приоритет всегда должен отдаваться живому общению.

В этой связи следует отметить, что тема взаимодействия с гаджетами в рамках этикетной коммуникации в нашей стране в настоящее время все еще находится в состоянии осмысления, однако за рубежом повседневные практики цифрового этикета, связанные с использованием гаджетов, постепенно начинают оформляться в конкретные правила поведенческой культуры. Одним из таких примеров культивирования новых правил в общественном сознании являются, в частности, вышедшие недавно в США книги: «Emily Post's Manners in a Digital World» – автор Д. Пост, «Деловой этикет от Эмили Пост» – авторы П. Пост, А. Пост и др., «Не кладите смартфон на стол. Правила этикета, которые помогут вам быть на высоте» – авторы Д. Джонсон, Л. Тайлер. Каждая из этих книг вносит свой особый вклад и в развитие правил этикетного поведения в обществе, и в новое общее дело – формирование правил цифрового этикета, в том числе и правил пользования гаджетами. В настоящее время рекомендации специалистов, практикующихся в области этикета, подчеркивают специфику нового этикета Другой/Другие как ценность через призму взаимодействия с новыми технологиями.

Таким образом, цифровая этикетная коммуникация, которая характеризуется таким важным направлением развития, как взаимодействие пользователей с гаджетами, представляет собой включенность интернет-технологий в практики повседневной жизни и деловой среды, иначе офлайн/онлайн-взаимодействие, или Phygital-взаимодействие. Этот процесс остро нуждается в своем оформлении, т. е. в выработке основных этикетных рекомендаций такого взаимодействия с позиций специалистов, работающих как в области гуманитарных, так и технологических знаний, при этом обязательно прислушивающихся и к мнению пользователей.

SIP-телефония – это еще одно направление Phygital-взаимодействия в виртуальной среде цифровой коммуникации, в частности этикетной. SIP-телефония (Session Initiation Protocol) – является разновидностью IP-телефонии (Internet Protocol) и представляет собой только один из протоколов передачи данных, т. е. это более узкое понятие, его часто сравнивают с языком, который помогает клиентам понять друг друга и обмениваться данными без ошибок. Сегодня

SIP-телефония считается самым современным видом телефонии, поскольку он основан на использовании последних достижений в области передачи данных. Новый вид взаимодействия в сети является сегодня наиболее перспективным способом развития IP-телефонии, так как позволяет привязать номер уже не к конкретному географическому месту, а к конкретному человеку, поэтому пользователь будет на связи везде, где есть доступ в интернет. При этом, SIP-протокол поддерживает передачу не только голоса, но и видеопотока, и применяется для реализации множества целей, в том числе для проведения аудио- и видеосовещаний, переговоров, конференций, форумов и др. Однако, технологические характеристики нового вида взаимодействия в сети накладывают свой отпечаток не только на технологическую, но и на коммуникативную, и в том числе этикетную составляющую общения в процессе организации и проведения таких мероприятий. Поэтому в новых условиях речь идет о знаниях конвергентного характера, совмещающих знание новых технологий и правил поведенческой культуры, формирующихся на основе действия этих технологий, а также знание этикетных правил организации и проведения мероприятий совещательного, делового и представительского уровней, проходящих в режиме реального времени.

Таким образом, специфика цифрового этикета обусловлена его двойной природой, поскольку в условиях новых цифровых реалий он реализует не только сущностные характеристики этикетной коммуникации в цифровой среде, но и специфику новых и новейших ИКТ, на базе которых он функционирует. В цифровом этикете ценность Другого/Других не теряет своего значения ни в рамках непосредственного взаимодействия в сети, ни в рамках Phygital-взаимодействия, но имеет как прямой, так и опосредованный характер, обусловленный знаниями и умениями пользователей взаимодействовать с новыми ИКТ, а это значит, что в настоящее время очень остро стоит вопрос о формировании правил цифрового этикета как нового вида этикетной коммуникации в условиях виртуальной среды.

Объективация значения этикета как поведенческой культуры в сети обусловлена в первую очередь его регулятивными характеристиками, поскольку этикет всегда выполнял и выполняет в обществе прежде всего роль социального стабилизатора. Принятая в этикетной коммуникации фиксация социальных ролей и соответствующая им заданность программы поведения ведет к упорядочиванию социальных связей и отношений, определяет их общую направленность. Этикет – это не только феномен культуры, но и исторически сложившаяся нормативно-этическая многоуровневая система регуляции отношений в социуме. Поэтому соблюдение правил этикета и прежде всего заложенных в них норм ролевой регуляции, является главным условием функционального развития социума, в то же время нарушение правил этикета дает импульс к постепенной дестабилизации существующих отношений, является свидетельством наступающего хаоса. Общий вывод специалистов, зафиксированный в Энциклопедическом словаре по этике, звучит следующим образом: «В обществах с устоявшимися правами и традициями этикет – это правила общепринятого и положенного поведения; в переходных обществах, находящихся в процессе смены укладов и транс-стратификационной миграции, обществах с ломающимися и меняющимися нравами, этикет – это правила именно подобающего поведения» [12, с. 598]. Отсюда актуализация роли и значения цифрового этикета как нормативно комплексного образования стабилизирующего значения в виртуальной среде сетевого общества, которое находится в стадии своего становления и развития.

Однако в современном обществе акцент на индивидуальные ценности, культ публичности, персонализацию, ориентированность на деятельность в сети и др. как новые ценности но-

вой цивилизации весьма существенно отразился на всех уровнях взаимодействия в практиках реального бытия социума. Такая направленность на себя, обусловленная в первую очередь технологической природой цифровой коммуникации, во многом определила свободу как главную поведенческую ценность в виртуальных практиках. Поэтому, несмотря на то, что в современной инновационной, личностно-креативной культуре уже давно изменилось соотношение ценностного и нормативного механизмов управления поведением членов общества в сторону преобладания ценностного, где одна из особенностей поведения личности состоит в особой приверженности своей свободе, тем не менее, как подчеркивают специалисты, «определенным нормам должна подчиняться самая духовно независимая личность – без этого невозможна совместная жизнь людей, требующая, чтобы свобода каждого была ограничена свободой других, в противном случае поведение человека становится асоциальным – хулиганским, преступным, как минимум эпатажным, и свобода вырождается в произвол» [13, с. 166].

Таковы специфические особенности этикетной регуляции в реальном и виртуальном бытии современного социума и ее функционально-ролевое значение в новых условиях.

В целом, как показывает анализ становления и тенденций развития сетевого общества, его морфология формируется интеграцией реальных и виртуальных практик в экономике, бизнесе, политической сфере, культуре. Центром преобразований на всех уровнях является глобальная сеть Интернет. Двойственность Интернет-коммуникаций обусловлена природой информационных технологий, выполняющих функции обеспечения коммуникаций и услуг, формирования общественного мнения при помощи «новых СМИ», управления потоками информации, финансов и товаров, и осуществления тотального контроля за деятельностью граждан, социальных групп и компаний, ограничивая право равного доступа членов общества к информации и ресурсам. Современные модели сетевого общества представляют цифровой капитализм, балансирующий между хаосом и порядком. Процессы дигитализации технизируют время, усиливают давление на человека, культуру и общество в целом. Поэтому в условиях новых информационных реалий актуализируется значение культурной составляющей современного социума и, в частности, этикета как одного из стабилизирующих оснований его развития в реальном и в виртуальном измерениях, а это в свою очередь значит, что в настоящее время очень остро стоит вопрос, с одной стороны, о цифровой грамотности, с другой – о формировании правил этикета в виртуальной среде и культивировании их в общественном сознании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Капра Ф. Скрытые связи / пер. с англ. М.: София, 2004.
2. Castells M. The Information Age: Economy, Society, and Culture. Oxford: Blackwell Publishers. 2nd. 2010.
3. Кастельс М. Становление общества сетевых структур. Новая постиндустриальная волна на Западе: антология / под ред. В. М. Иноземцева. М.: Akademia, 1999.
4. Балаян А. А., Томин Л. В. Современные дискуссии о сетевых организациях и сетевом взаимодействии. Методология анализа и проблемы практического применения // Науч. тр. СЗИУ – филиал РАНХиГС. Т. 8, вып. 1 (28). С. 66–74.
5. Щекотихина А. В. Сетевые коммуникации в социальном пространстве киберкультуры // Актуальные проблемы социально-гуманитарного и научно-технического знания. 2014. № 1 (2). С. 30–32.
6. Van Dijk J. The Network Society. Social Aspects of New Media. London: Sage Publications, 2006.
7. Добринская Д. Е. Социологическое осмысление Интернета: теоретические подходы к исследованию сети // Вестн. МГУ. Сер. 18. «Социология и политология». 2016. Т. 22, № 3. С. 21–38.

8. Horizon 2020 – The EU Framework Programme for Research and Innovation. URL: <https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/area/ict-research-innovation> (дата обращения 20.02.2018).

9. Мамина Р. И. Деловой этикет в системе имиджа: философско-культурологический анализ. СПб.: Петрополис, 2012.

10. Лукинова О. Как не бесить друг друга в Интернете. URL: <https://snob.ru/entry/150669> (дата обращения: 26.02.2018).

11. Пащенко М., Элькин А. НеоЭтикет: новая грамотность в цифровом веке. Советы от технологических гурманов ПаЭль. URL: <https://hitech.ua/blog/neoetiquet-novaya-gramotnost-v-tsifrovom-veke-sovetyi-ot-tehnologicheskikh-gurmanov-pael/> (дата обращения: 26.02.2018).

12. Апресян Р. Г. Этикет: энцикл. словарь. Этика / под ред. Р. Г. Апресян, А. А. Гусейнова. М.: Гардарики, 2001.

13. Каган М. С. Философская теория ценности. СПб.: Петрополис, 1997.

R. I. Mamina

Saint Petersburg Electrotechnical University «LETI»

E. E. Yelkina

ITMO University

NETWORK SOCIETY AND ITS REALITIES: DIGITAL ETIQUETTE

The article examines different approaches to network society analysis, its formation, features and trends. The basis of network society is formed by the Internet and social and media networks infrastructure that transform social reality and methods of social communication at individual, group and global levels. The formation of a new social order necessarily requires the formation of a new social culture, a digital culture, as a crucially important and regulatory component of the network society. Digital etiquette is an essential part of digital culture. It defines values and norms of network communication for participants at all levels of interaction. This article analyzes specific features and functions of digital etiquette as a new form of behavior in virtual environment, and as one of the methods of gaining individual freedom of expression, respecting the interests of the Other. The study reveals the role and importance of etiquette in the formation and development of the network society as a historical regulatory and ethical frame of social relations.

Network society, globalization, network structure of social communications, new social order, social norms, transformation of values, virtual existence of society, digital culture, Netiquette, digital etiquette

УДК 331.104.2

Г. В. Голигузова

Санкт-Петербургский государственный электротехнический
университет «ЛЭТИ» имени В. И. Ульянова (Ленина)

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ – ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Представлены некоторые аспекты понятия «человеческий капитал». Обозначены подходы к определению данной экономической категории, рассмотрена возможность включения понятия «человеческий капитал» в экономическую категорию понятия «синергетический эффект от совместной работы». Эффективное использование человеческого капитала обеспечивает повышение производительности труда, а, следовательно, и экономический рост организации, повышает эффективность ее деятельности и позволяет получить дополнительный доход. Также рассматриваются особенности оценки данной экономической категории.

Человеческий капитал, оценка, синергетический эффект, совместная работа, экономическая эффективность

В условиях современной экономики особые требования предъявляются к знаниям, которые должны обеспечивать возможность внедрения новых технологий, в том числе и инновационных, и поэтому главной движущей силой социально-экономического развития как общества в целом, так и отдельных коммерческих организаций сегодня является человеческий капитал.

Деятельность организации в современных экономических условиях в значительной степени зависит от слаженности работы персонала. В настоящее время, на наш взгляд, многие организации недостаточно внимания уделяют формированию корпоративной среды и тем условиям, в которых работают люди. Как следствие, не в полной мере используют для повышения эффективности своей деятельности такой важный ресурс, как человеческий капитал.

Очень часто в экономической литературе, в статьях российских и не только российских экономистов понятие человеческого капитала сводится к совокупности профессиональных, творческих способностей человека, данных ему от природы и позволяющих воздействовать на процессы деятельности организации.

Автором концепции человеческого капитала является американский экономист Теодор Шульц, который в свое время сумел доказать, что процветание государств базируется не на полезных ископаемых и не на богатстве банков, но на образованных и здоровых гражданах, и предложил свое определение человеческого капитала – как совокупность ценных качеств, данных от природы и приобретенных через образование и саморазвитие человеком, которые могут быть усилены соответствующими вложениями. В 1979 г. Т. Шульц получил Нобелевскую премию по экономике [1].

Изначально понятие человеческого капитала рассматривалось как совокупность тех вложений в человека, которые позволяют усилить его способность к труду, т. е. вложения в

образование и повышение квалификации. С развитием экономических отношений понятие человеческого капитала претерпевало существенные изменения. В настоящее время в это понятие включают и другие вложения, например, на охрану здоровья, культуру. Сегодня понятие «человеческий капитал» представляется в более широком смысле как эффективный фактор экономического развития не только общества, но и любой организации.

Для более глубокого понимания сущности человеческого капитала необходимо определить основные составляющие данного понятия, с одной стороны – это человек, а с другой – капитал. Человек как носитель определенных, заложенных природой способностей, физических данных, внутреннего творческого потенциала, мировоззренческих установок, и человек как носитель приобретенных знаний, умений, компетенций и опыта, которые получены в результате образования и самообразования. Способности, данные природой и социально-общественные, профессиональные качества, приобретенные в процессе жизни, по своей экономической роли можно соотнести с природными ресурсами и физическим капиталом. По аналогии с природными ресурсами, человек как носитель потенциала, заложенного природой, не способен приносить экономический эффект, однако после определенных вложений в образование, повышение квалификации формируются человеческие ресурсы, и вот они уже способны, как и любые другие инвестиции, приносить ощутимый экономический эффект. Для того чтобы человеческие ресурсы стали капиталом, необходимо, чтобы человек стал занимать определенное место в общественном производстве либо как индивидуальный предприниматель, либо путем продажи своей рабочей силы работодателю. Инвестиции в формирование человеческого капитала через вложения в денежной или в какой-либо другой форме, с одной стороны, способны приносить доходы человеку, а с другой – дают возможность повысить производительность труда. Вложения, способствующие повышению производительности труда, можно рассматривать как инвестиции, позволяющие получить высокие доходы в будущем. Наиболее важными являются инвестиции в:

- образование;
- охрану здоровья (профилактические мероприятия, медицинское обслуживание);
- охрану труда, в том числе в улучшение условий труда;
- социально-бытовые условия.

Все перечисленные виды инвестиций позволяют создать условия, при которых качественная трудовая деятельность способствует эффективному использованию человеческого капитала.

В зависимости от уровня использования, человеческий капитал можно классифицировать следующим образом:

- уровень конкретного человека – индивидуальный человеческий капитал;
- уровень конкретной организации – человеческий капитал организации;
- уровень отдельного региона – региональный человеческий капитал;
- уровень страны в целом – национальный человеческий капитал;
- уровень мира в целом – глобальный человеческий капитал.

Развитие человеческого капитала предусматривает модель из многих уровней. Низший уровень человеческого капитала базируется на познании, обучении, навыках, поведении и иных характеристиках физического лица, это индивидуальный человеческий капитал. Далее индивидуальный человеческий капитал взаимодействует с внешней средой, вступает в отношения с работодателем, проявляет себя в коллективе и выступает уже как человеческий капитал более высокого уровня – человеческий капитал организации, затем,

через организацию, как региональный, национальный и глобальный человеческий капитал. При этом возникает эффект взаимодействия индивидуального человеческого капитала, который проявляется в коллективном человеческом капитале.

С точки зрения сегодняшней ситуации в экономике, когда темпы развития материально-технической базы в производстве достаточно высоки, серьезно встают вопросы соответствующего развития человеческого капитала. Современные экономисты рассматривают человеческий капитал уже в более широком смысле, вводят понятие стоимости человеческого капитала организации. Так, например, Е. А. Ярушкина [2] включает в понятие человеческий капитал следующие элементы:

- интеллектуальный капитал (в него входит «капитал знаний»);
- структурный капитал (состоит из корпоративной культуры, системы менеджмента);
- социальный капитал (представляет собой социальные связи);
- клиентский (рыночный) капитал (как система взаимовыгодных отношений с клиентами).

На наш взгляд, рассмотрение человеческого капитала как совокупности отдельных качеств или элементов недостаточно, сегодня все большее значение приобретает такая характеристика человеческого капитала, как синергетика, т. е. совокупный, коллективный эффект взаимодействия участников процесса. Синергетический эффект представляет собой повышение результативности деятельности организации за счет интеграции, соединения отдельных ресурсов в единую систему, включая и человеческий капитал как один из важнейших ресурсов ее эффективной деятельности.

Сегодня любой руководитель понимает и стремится к формированию слаженного и хорошо работающего коллектива. Поэтому рассматривать человеческий капитал в отрыве от оценки эффективности командной работы в организации неправомерно. Корпоративная культура, социальный микроклимат в коллективе, условия труда и быта сотрудников, это далеко не полный перечень аспектов, на которые должен обращать внимание руководитель организации.

Эффективное использование человеческого капитала обеспечивает экономический рост организации, повышает эффективность ее деятельности. Человеческий капитал проявляет себя непосредственно в качестве капитала и в виде особого ресурса, который при правильном использовании будет приносить дополнительную прибыль. Человеческий капитал включает в себя результаты различных видов деятельности человека, такие как уровень образования, способность к саморазвитию, нравственность и воспитание, трудовые навыки.

Оценка стоимости человеческого капитала всегда была предметом дискуссии среди экономистов как в нашей стране, так и за рубежом. Еще У. Петти в своей работе «Политическая арифметика» (1676 г.) пытался определить «стоимость человека» через величину дохода, который он производит.

По аналогии с другими ресурсами можно выделить следующие существенные стоимостные характеристики человеческого капитала:

а) первоначальная (начальная) стоимость – как стоимость расходов, необходимых для организации найма, подготовки и переподготовки сотрудников организации. Эта величина может быть сегодня существенна, так как персонал собирается по всей стране и требует дополнительных затрат, связанных с переездами и обустройством быта;

б) восстановительная стоимость – как стоимость расходов, связанных с повышением квалификации, обучением работе в команде, включением в корпоративную среду, адаптацией к условиям деятельности организации. Необходимо понимать, что обучение может

быть общепрофессиональное и специальное профессиональное. Общепрофессиональное обучение связано с научно-техническим прогрессом, инновационными изменениями, которые имеют место в рамках организации. Расходы на общепрофессиональное обучение работников повышают конкурентные преимущества организации в долгосрочном временном отрезке и результаты ее деятельности.

Специальное профессиональное обучение необходимо, когда включаются в процесс производства новые технологии, новое оборудование, более современные компьютерные программы. Чтобы избежать ситуации, при которой сотрудник организации, получив новые знания и опыт, предпочтет другое место работы, необходимо в индивидуальном контракте на работу учитывать подобные ситуации и закладывать определенные компенсации за полученное образование;

в) дополнительная стоимость – как стоимость расходов на совершенствование системы управления персоналом, это как раз те расходы, которые связаны с формированием условий работы команды лояльно настроенных сотрудников организации, именно эти затраты способны дать более существенный результат и вывести организацию на новые уровни получения дохода, обретение максимальной устойчивости в современных условиях экономики.

Человеческий капитал – это достаточно сложная экономическая категория, многие аспекты имеют весьма приближенное рассмотрение в силу, например, таких особенностей:

- не имеет материально-вещественной оболочки, его нельзя увидеть, каким-либо образом ощутить;

- он не подвержен износу, а следовательно, нельзя посчитать амортизацию;

- накопление человеческого капитала связано с инвестициями в его развитие и идет постоянно;

- управление человеческим капиталом – это архисложный процесс.

Несмотря на очевидные выгоды, которые потенциально может получить организация от инвестиций в человеческий капитал, остается еще много нерешенных вопросов, требующих пристального рассмотрения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Черемных Ю. А. Микроэкономика. Продвинутый уровень: учебник. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015.
2. Ярушкина Е. А., Кобелева А. А. Человеческий капитал: сущность и роль в повышении эффективности организации // Экономическая политика и хозяйственная практика. Науч. вестн. ЮИМ. 2018. № 1. С. 30–34.

G. V. Goliguzova

Saint Petersburg Electrotechnical University «LETI»

HUMAN CAPITAL AS THE BASIS OF EFFECTIVE PERFORMACE OF ORGANIZATIONS

This article presents some aspects of the concept of "human capital". The authors outline approaches to defining this economic category and consider the possibility of including the concept of "human capital" in the conceptual economic category of synergetic effect of collaboration. The effective use of human capital provides an increase in productivity, and, therefore, contributes to economic growth of the organization, improves its efficiency and provides additional income. The features of the assessment of this economic category are also addressed.

Human capital, evaluation, synergetic effect, collaboration, economic efficiency

УДК 332.8

Ю. А. Алексенцева, С. В. Придвижкин
*Уральский федеральный университет имени
первого Президента России Б. Н. Ельцина*

АНАЛИЗ СИТУАЦИИ С ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТЬЮ В ЮГО-ВОСТОЧНОЙ ЧАСТИ ЕКАТЕРИНБУРГСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ (РЫНОК И ГРАДОСТРОИТЕЛЬНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ)

Приведены краткие характеристики городов, входящих в Екатеринбургскую агломерацию, таких как Арамиль, Сысерть, Заречный и Белоярский. Рассмотрены их целевые показатели и тренды в развитии (с учетом принимаемых в будущем, а также действующих в настоящее время государственных программ). Проведен анализ демографической ситуации по выбранным городам-спутникам Екатеринбурга (динамика численности населения и динамика численности трудоспособного населения), а также анализ по рынку недвижимости в сегменте многоквартирных домов, а именно по высотности домов и материалам стен. Кроме того, сформирован анализ градостроительных перспектив (объем ввода многоэтажных домов). Сделаны выводы о текущей ситуации на рынке недвижимости юго-восточной части Екатеринбургской агломерации с указанием определенных причин.

Агломерация, рынок недвижимости, Екатеринбургская агломерация, анализ, демографическая ситуация, объем ввода жилья, население, жилые дома

Городская агломерация – это компактное скопление населенных пунктов, главным образом городских, местами срастающихся, объединенных в сложную многокомпонентную динамическую систему с интенсивными производственными, транспортными и культурными связями.

Объектом исследования данной работы стала юго-восточная часть Екатеринбургской агломерации, а именно такие населенные пункты, как Арамиль, Сысерть, Заречный и Белоярский. Изучаемая часть составляет 28 % (3642,12 м²) всей площади и 6,5 % (143 235 чел.) от общей численности населения Екатеринбургской агломерации. Проведенный анализ позволит более подробно классифицировать рынок жилой недвижимости юго-востока Екатеринбургской агломерации и определить основные тенденции его развития в будущем.

Цель работы – проанализировать сложившуюся ситуацию на рынке жилой, в том числе многоквартирной недвижимости в юго-восточной части Екатеринбургской агломерации и попытаться оценить градостроительные перспективы территории [1].

Методикой приведенного исследования является статистика, представленная Управлением Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области.

Арамиль – небольшой провинциальный городок (во многом внешне напоминающий деревню), расположен всего лишь в 15 км к югу от Екатеринбурга и в будущем имеет все шансы слиться с уральским мегаполисом.

В перечень мероприятий по территориальному планированию городского округа входит подготовка площадок для строительства жилого фонда с полным комплексом инженерного обеспечения общей площадью 402 936 м² [2].

Сысерть – центр Сысертского городского округа Свердловской области. Расположен город в юго-восточной части пригородной зоны Екатеринбурга, на берегу пруда, образованного слиянием двух рек – Сысерти (правый приток реки Исети) и Черной.

Обеспечение устойчивого градостроительного развития Сысертского ГО осуществляется в соответствии с муниципальной программой «Развитие градостроительной деятельности на территории Сысертского городского округа» [3].

Заречный – город (с 1992 г.) областного подчинения, административный центр городского округа Заречный, расположен на реке Пышма в 40 км к востоку от Екатеринбурга.

Проектом определены следующие направления комплексного градостроительного развития территории:

- в южном направлении под многоэтажное строительство, площадью – 54,4 га;
- два участка под ИЖС общей площадью – 265,1 га [4].

Белоярский – большой поселок городского типа, административный центр Белоярского городского округа. Один из самых больших поселков области (второй по размерам). По населению, площади, инфраструктуре и промышленности равен небольшому городу.

Несмотря на основные направления приоритетного национального проекта «Доступное и комфортное жилье – гражданам России», в Белоярском городском округе ежегодно вводится около 30 тыс. кв. м. жилья, причем все показатели приходится на индивидуальное строительство.

Программа «Реализация основных направлений государственной политики в строительном комплексе Свердловской области до 2020 г.», утвержденная постановлением Правительства Свердловской области от 24.10.2013 № 1296-ПП, принимается для решения задач, направленных на комплексное освоение площадок массового жилищного малоэтажного строительства в рамках реализации приоритетного национального проекта «Доступное и комфортное жилье – гражданам России».

Дальнейшее развитие жилищного строительства в Белоярском городском округе будет происходить по трем направлениям:

1. Сохранение имеющегося жилого фонда на сложившемся уровне поддержанием жилищного хозяйства путем уравнивания выбывших и вновь вводимых фондов. В этом случае инвестиционная политика должна быть переориентирована на первоочередное обеспечение сохранности и поддержание на необходимом эксплуатационном уровне существующего жилого фонда, объектов жизнеобеспечения, социальной инфраструктуры и дорог (комплексная реконструкция существующей застройки).

2. Улучшение жилищных условий (увеличение квадратных метров на душу населения), т. е. стремление к определенному установленному нормативу обеспеченности населения жильем.

3. Вовлечение в хозяйственный оборот объектов жилищного строительства, находящихся в незавершенном строительстве.

Доведение ввода жилых домов до прогнозируемых объемов позволило повысить уровень обеспеченности жильем населения Белоярского городского округа к 2015 г. до 25 м² общей площади на человека [5].

По данным Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области (табл. 1) можно увидеть, что демографическая ситуация в выбранных городах-спутниках имеет положительные тенденции, ежегодно идет прирост населения [6].

Таблица 1

Город	Численность населения (данные на 1 января текущего года), чел.					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Арамилъ	17 525	17 749	17 940	17 981	18 220	18 379
Сысерть	60 633	61 145	61 887	62 244	62 519	62 285
Заречный	30 004	30 379	30 794	31 155	31 185	31 207
Белоярский	34 132	34 210	34 310	34 487	34 378	34 954

Динамика численности населения городов Арамил, Сысерть, Заречный и Белоярский представлена в табл. 2.

Таблица 2

Показатель	Население (в текущем году), чел.					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
г. Арамил						
Факт	17 525	17 749	17 940	17 981	18 220	18 379
Естественный прирост	168	167	171	84	133	93
Приток населения	550	563	436	698	575	629
Отток населения	494	539	566	543	549	578
Показатель миграционного прироста	56	24	–130	155	26	51
г. Сысерть						
Факт	60 633	61 145	61 887	62 244	62 519	62 285
Естественный прирост	1	142	106	27	81	–16
Приток населения	2215	2386	2482	2248	1710	2081
Отток населения	1704	1786	2231	2000	2025	2255
Показатель миграционного прироста	511	600	251	248	–315	–174
г. Заречный						
Факт	30 004	30 379	30 794	31 155	31 185	31 207
Естественный прирост	47	37	64	35	51	39
Приток населения	1300	1438	1391	1021	1109	996
Отток населения	972	1060	1094	1026	1138	1060
Показатель миграционного прироста	328	378	297	–5	–29	–64
г. Белоярский						
Факт	34 132	34 210	34 310	34 487	34 378	34 954
Естественный прирост	53	–17	42	–31	–19	–23
Приток населения	1309	1445	1368	1240	1900	1579
Отток населения	1248	1328	1233	1318	1305	1437
Показатель миграционного прироста	25	117	135	–78	595	142

Анализируя данные табл. 2, можно сделать вывод о том, что по итогам 2012–2017 гг. показатель естественного прироста имеет отрицательную динамику в Сысерти и Белоярском, показатель миграционного прироста – в Сысерти и Заречном.

Проведем разбивку населения в исследуемых городах-спутниках по возрасту: 20–24; 25–44; 45–64 года.

В г. Арамил за последние пять лет количество человек в возрасте 20–24 и 45–64 лет уменьшилось (2012 г. – 1320/4761 чел., 2017 г. – 902/4580 чел.). А вот молодые люди 25–44 лет наоборот стали больше заполнять город (2012 г. – 5449 чел., 2017 г. – 5823 чел.).

В Сысерти наблюдается аналогичная картина. Только разрыв между числами более значителен (2012 г. – 4326/17 654/17 310 чел., 2017 г. – 2802/17 949/16 756 чел.).

В городах Заречный и Белоярский никаких изменений не наблюдается: Заречный (2012 г. – 2345/8898/9251 чел., 2017 г. – 1366/9584/9170 чел.); Белоярский (2012 г. – 2543/9825/9381 чел., 2017 г. – 1664/10 091/9307 чел.).

Отрицательным фактором для развития жилищного строительства является уменьшение доли жителей в возрасте 25–44, самых активных участников жилищного рынка. И это в свою очередь показывает ухудшение демографической ситуации.

Из табл. 3 видно, что количество жителей трудоспособного возраста незначительно падает по отношению к предыдущим периодам. Из чего следует вывод, что в городах существуют неблагоприятные условия для естественного прироста населения. Данный факт можно объяснить миграцией молодежи в крупные города.

Таблица 3

Количество трудоспособного населения (данные на 1 января текущего года), чел.					
2012	2013	2014	2015	2016	2017
г. Арамиль					
10 526	10 393	10 331	10 085	10 056	9886
г. Сысерть					
35 173	34 723	34 387	33 736	33 154	32 532
г. Заречный					
18 568	18 477	18 416	18 270	17 880	17 499
г. Белоярский					
19 708	19 421	19 226	18 919	18 536	18 564

По данным Свердловстата были построены диаграммы (рис. 1–4), показывающие распределение жилых домов по материалу стен в Арамиле, Сысерти, Заречном и Белоярском [8].

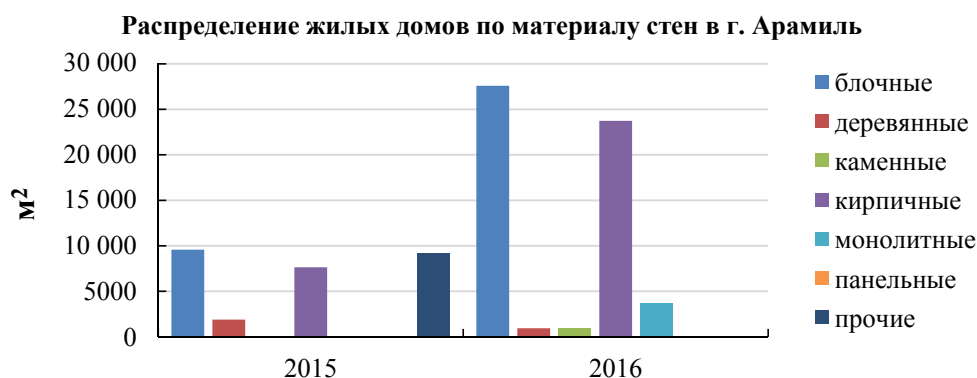


Рис. 1

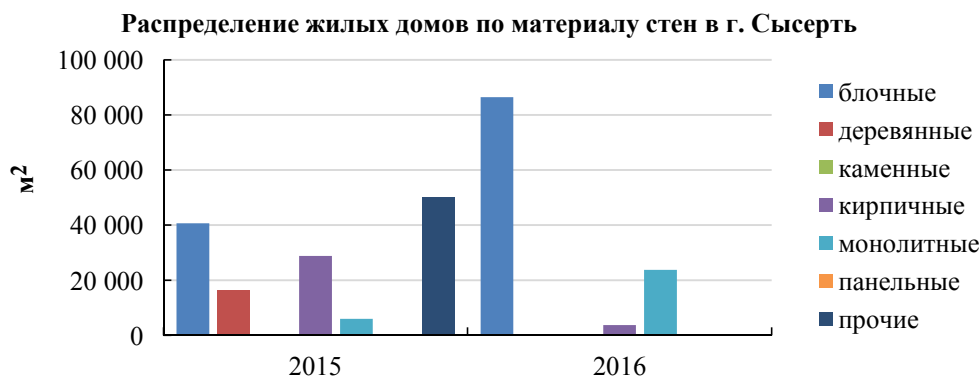


Рис. 2

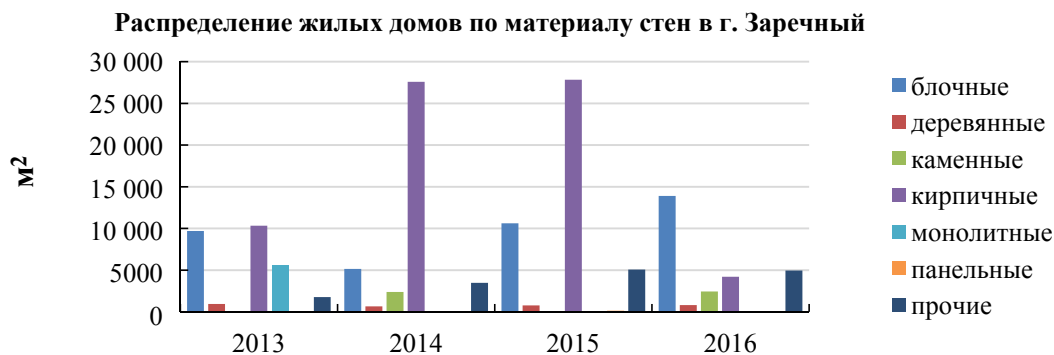


Рис. 3



Рис. 4

Можно отметить заметное преобладание блочного и кирпичного строительства. При этом только в Белоярском остается значительная часть домов из камня и кирпича. Панельное строительство в рассматриваемых городах теряет свою актуальность.

Если говорить об этажности строящегося жилья (рис. 5) в выбранных городах-спутниках в 2016 г., то тут наблюдается четко выраженное преобладание домов с одним-двумя этажами. Лидерами по общему количеству жилых домов являются Белоярский и Сысерть [8].

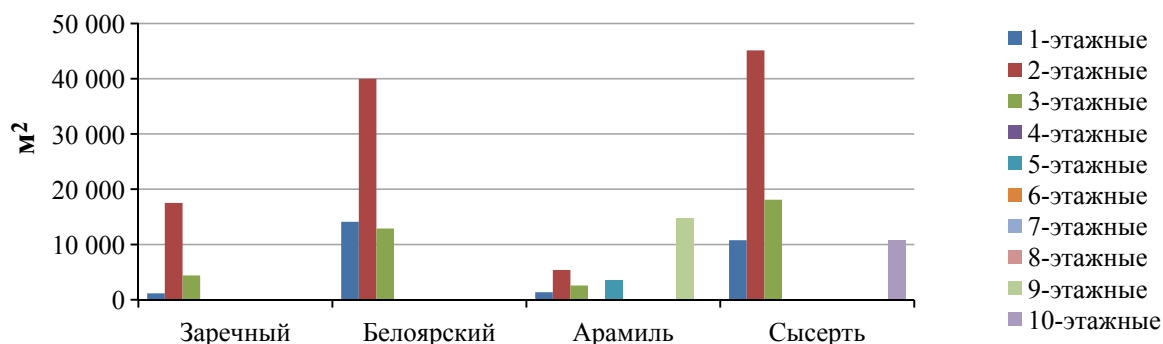


Рис. 5

Если же сравнивать квадратные метры, то лишь в Арамиле площадь жилья с этажностью от четырех этажей превышает площадь малоэтажек. Также здесь можно выделить Заречный, так как только в 2016 г. многоэтажки были вытеснены домами с одним-двумя этажами.

Как раз застройка малоэтажными домами объясняет преобладание здесь блочного строительства, более дешевого для такого количества этажей. Данный вариант ориентирован на средний класс населения и отлично подходит для жителей небольших городов [9].

Диаграммы на рис. 6–7, построенные по данным Свердловстата [9], показывают отрицательную динамику объема введенного в эксплуатацию жилья по большинству рассматриваемых городов.

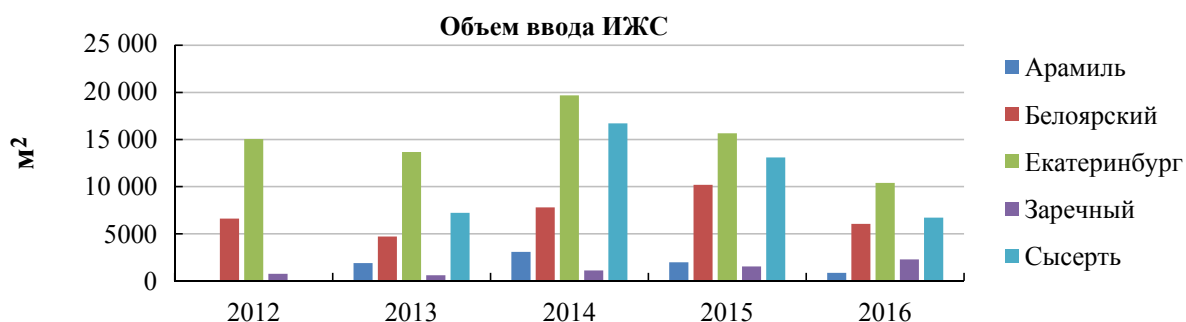


Рис. 6

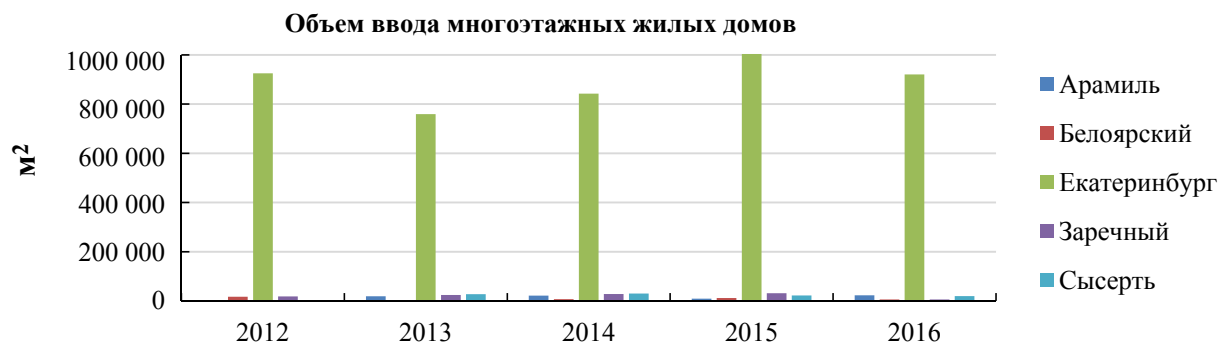


Рис. 7

Можно заметить (рис. 6), что наиболее продуктивными были 2014–2015 гг., а вот в последующем объемы ИЖС стали падать. Исключение составляет лишь Заречный, который имеет медленную, но положительную динамику. Лидерами по количеству введенных в эксплуатацию квадратных метров ИЖС выступают Екатеринбург, Сысерть и Белоярский.

Что касается многоэтажных жилых домов (рис. 7), то здесь наблюдается похожая, хоть и более плавная картина. Отрицательная динамика присутствует у всех четырех городов, правда, незначительная. На первом месте по суммарной площади многоэтажек с большим отрывом разместился Екатеринбург, что совсем неудивительно. Многоэтажная застройка более технологична и функциональна, чем малоэтажки, и тем более частный сектор.

Темп развития городов-спутников напрямую связан с объемом строительства, увеличением рынка, повышением спроса и динамикой цен [10]. По результатам проведенного анализа можно сделать вывод, что сложившаяся ситуация на рынке недвижимости городов-спутников находится не в лучшем состоянии. Вполне возможно, что это вызвано общим спадом строительного рынка, а также снижением покупательных возможностей населения. Из-за этого девелоперы стали закладывать в планы меньше проектов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Придвижкин С. В. Формирование локальных рынков жилья в пространстве крупнейших городов: автореф. дис. ... д-ра экон. наук / Ин-т экон. Урал. отдел. РАО. Екатеринбург, 2007.
2. Офиц. сайт администрации городского округа Арамиль. URL: <http://aramilgo.ru/> (дата обращения: 30.09.2018).
3. Офиц. сайт администрации городского округа Сысерть. URL: <http://admsysert.ru/> (дата обращения: 26.09.2018).
4. Офиц. сайт администрации городского округа Заречный. URL: <http://gorod-zarechny.ru/> (дата обращения: 07.10.2018).
5. Офиц. сайт администрации городского округа Белоярский. URL: <http://beloyarka.com/> (дата обращения: 07.10.2018).
6. Управление Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области. URL: <http://sverdl.gks.ru/> (дата обращения: 10.10.2018).
7. Офиц. сайт правительства Свердловской области. URL: <http://www.midural.ru/> (дата обращения: 12.09.2018).
8. Письмо Министерства строительства и развития инфраструктуры Свердловской области от 22.03.2018 г. № 16-01-82/2615.
9. Гушин А. Н. Теория устойчивого развития города: учеб. пособие. М.: Директ-Медиа, 2015.
10. Аналитический отдел Уральской палаты недвижимости. URL: <http://upn.ru/> (дата обращения: 25.11.2018).

Y. A. Alexsentseva, S. V. Pridvzhkin

Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin

SITUATION ANALYSIS OF RESIDENTIAL PROPERTIES IN THE SOUTH-EAST PART OF THE YEKATERINBURG AGGLOMERATION (MARKET AND URBAN PLANNING PROSPECTS)

The article briefly characterizes cities that are included in the Yekaterinburg agglomeration, such as Aramil, Sysert, Zarechny and Beloyarsky. Their targets and development trends are also addressed, considering future and present state programs. The demographic situation for the selected satellite towns of Yekaterinburg (population dynamics and working population dynamics), as well as real estate market in the segment of apartment buildings (height of buildings and walling material), are analyzed. In addition to it, the analysis of urban planning prospects (commissioned high-rise apartment buildings) is provided. As a result, conclusions are drawn about the current situation in the real estate market of the southeastern part of the Yekaterinburg agglomeration specifying the reasons.

Agglomeration, real estate market, Yekaterinburg agglomeration, analysis, demographic situation, amount of housing commissioned, population, residential buildings

УДК 334

О. Г. Леонова

Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина)

ФОРМИРОВАНИЕ СБАЛАНСИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ В АНТИКРИЗИСНОМ УПРАВЛЕНИИ

Обоснована необходимость применения метода сбалансированной системы показателей (BSC) в деятельности предприятий и организаций с целью своевременной диагностики кризисных явлений. Раскрываются методические аспекты формирования ключевых показателей эффективности системы (KPI) и этапы формирования BSC. Акцентируется внимание на преимуществах внедрения системы сбалансированных показателей как системы управленческого учета, обеспечивающей взаимосвязь стратегического и оперативного управления. В рамках антикризисного управления особую значимость приобретают методы управления факторами оперативной деятельности в краткосрочной перспективе, позволяющие своевременно отвечать по своим обязательствам организации и избегать риска наступления несостоятельности (банкротства). Стратегические методы управления направлены на обеспечение финансовой устойчивости хозяйствующих субъектов в долгосрочной перспективе и рост собственных источников финансирования деятельности, обеспечивают общее видение развития деятельности организации. Система сбалансированных показателей позволяет связать данные группы методов и их результаты.

Эффективность деятельности, система управления, сбалансированная система показателей (BSC), ключевые показатели эффективности (KPI), стратегическая карта, кризис, антикризисное управление

В кризисных условиях экономики особую важность приобретают антикризисные методы управления, направленные на диагностику кризисных явлений в деятельности организации. Это обусловлено, прежде всего, разнообразием существующих рисков и их постоянным ростом. Темпы изменений в мире настолько высоки, что предприятия и органи-

зации вынуждены следить за этим и своевременно реагировать или им придется уйти с рынка. Конкурентоспособность коммерческих организаций и предприятий напрямую связана с реакцией на изменения рыночной конъюнктуры.

В настоящее время существует тенденция разворота в научном сообществе от исследования процессов управления материальными активами к нематериальным. Это связано с переходом к новой формации общества, где ценность компаний составляют нематериальные активы. Вопросы создания стоимости нематериальными активами в науке недостаточно раскрыты, предложенные авторами методики имеют множество ограничений и недостатков. Тем не менее очевидно, что нематериальные активы обеспечивают организациям следующие конкурентные преимущества:

- обеспечивают внедрение инноваций, имеющих спрос у самой организации и покупателей;
- создают имидж организации, формируют лояльность потребителей к продукции, работам, услугам;
- мотивируют сотрудников, обеспечивают приобретение компетенций;
- позволяют использовать достижения информационных технологий в деятельности организаций (программные продукты, базы данных, системы управления).

А в условиях усиливающихся интеграционных процессов, обеспечение конкурентных преимуществ становится залогом существования компании, создает возможность противостоять рискам.

Система антикризисного управления строится на идентификации риска, которая влечет за собой необходимость выявления возможных событий, связанных с риском, определения вероятности его наступления, а также оценки положительных или отрицательных последствий. Успешность управления рисками в организации зависит от способности построения стратегической управленческой учетной системы, выступающей информативным индикатором различных угроз, с одной стороны, и описывающей план защитных мероприятий от риска, с другой стороны.

Сбалансированная система показателей (метод BSC) – это один из методов стратегического планирования с учетом текущей ситуации организации, которая, в свою очередь, зависит от факторов внешней и внутренней среды. Данный метод был предложен американскими учеными Робертом Капланом и Дейвидом Нортон с целью управления эффективностью деятельности организации.

Суть методики сводится к построению стратегических карт, которые обеспечивают связь между формулированием стратегии и ее воплощением, являясь великолепным средством для описания, оценки и приведения в стратегическое соответствие нематериальных активов с целью их максимального использования для реализации долгосрочных планов [1]. Предпосылкой создания метода BSC и стратегических карт стал вопрос оценки предложенной стратегии компанией. Проблема состояла в отсутствии конкретного метода, позволяющего оценить используемую стратегию со всех сторон.

К основным преимуществам сбалансированной системы показателей Р. Каплана и Д. Нортон относятся:

- обеспечение всех функций управления на предприятии (планирование: установка целевых индикаторов; организация: управление бизнес-процессами, разработка мер для достижения поставленных целей; мотивация: вознаграждение сотрудникам за достижение

цели; контроль: возможность сравнения факта с планом, внесение корректировок; координации: разработка стратегической карты);

- обеспечение взаимосвязи стратегии с оперативными действиями;
- стратегическое управление связывает несколько подсистем организации;
- установка целевых индикаторов оценки выполнения стратегии;
- расширение возможностей использования и анализа финансовых и нефинансовых показателей, используются количественные и качественные оценки;
- создание системы мотивации сотрудников;
- определение вклада каждого исполнителя в достижение стратегической цели;
- обеспечение анализа причинно-следственных связей между бизнес-процессами на предприятии;
- учет факторов внешней и внутренней среды, является методом риск-менеджмента;
- обеспечение возможность использования программных продуктов BSC как системы управленческого учета на предприятии.

Предложенная авторами «сбалансированная система показателей» строится на основе четырех составляющих: финансовой, клиентской, внутренней, а также составляющей обучения и развития [2]. В названии системы слово «баланс» отображает равновесие, которое сохранено между краткосрочными и долгосрочными целями, финансовыми и нефинансовыми показателями, основными и вспомогательными составляющими, а также внешними и внутренними факторами деятельности предприятия.

Структуру взаимосвязи подсистем метода BSC можно изобразить на рис. 1.

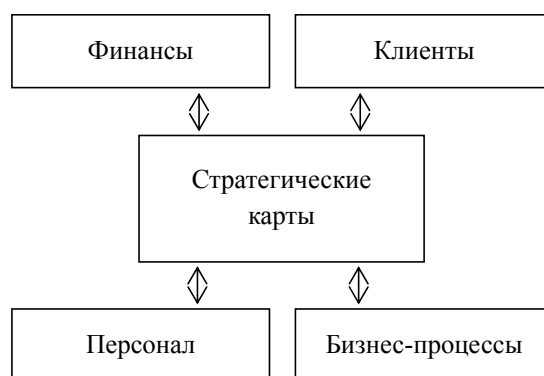


Рис. 1

Причинно-следственные связи сбалансированной системы показателей должны раскрывать траекторию стратегии компании, каким образом инвестиции в переобучение персонала, информационные технологии и инновации будут способствовать улучшению финансовых результатов компании [2]. Т. е. перечисленные составляющие BSC на рис. 1 имеют уровни от низшего к высшему с точки зрения стратегии по подсистемам организации: персонал, бизнес-процессы, клиенты и финансы (рис. 2). Конечной целью для любой компании будет выступать достижение запланированных финансовых показателей, поэтому подсистема финансы занимает верхний уровень в методе BSC.

Стратегическая карта описывает логику стратегии, показывая важнейшие внутренние процессы, которые создают стоимость, и определяя нематериальные активы, необходимые для их поддержки. Сбалансированная система показателей переводит цели стратегической карты в показатели и конкретные задачи [1].

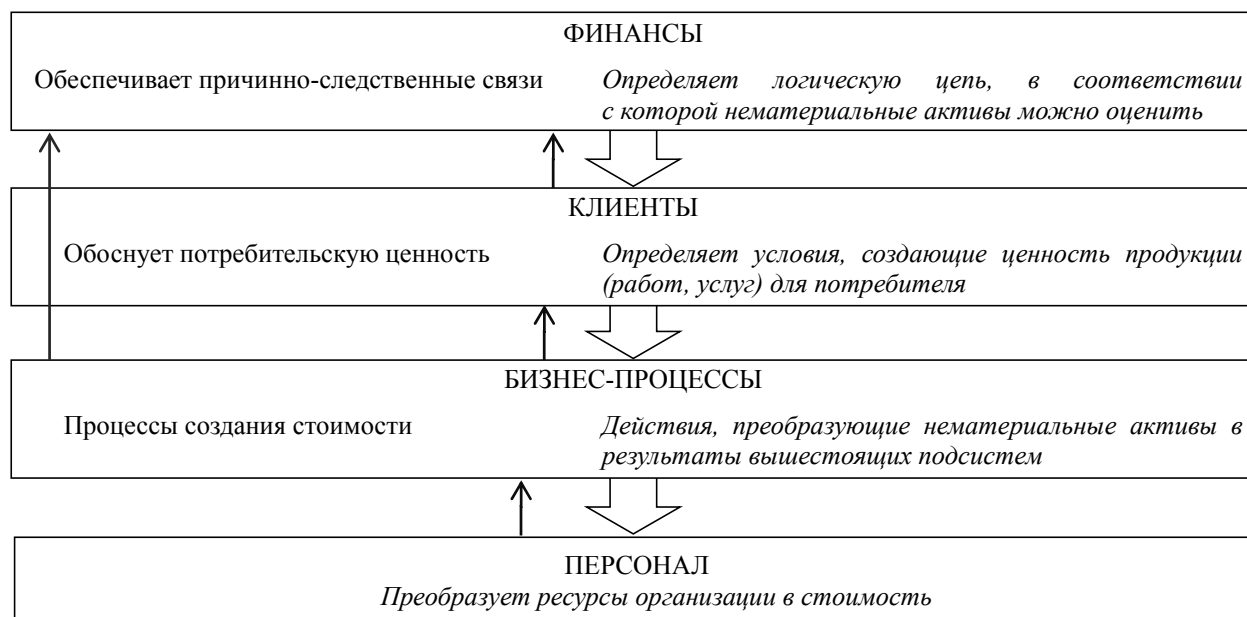


Рис. 2

В общем виде система сбалансированных показателей на предприятии представлена на рис. 3.

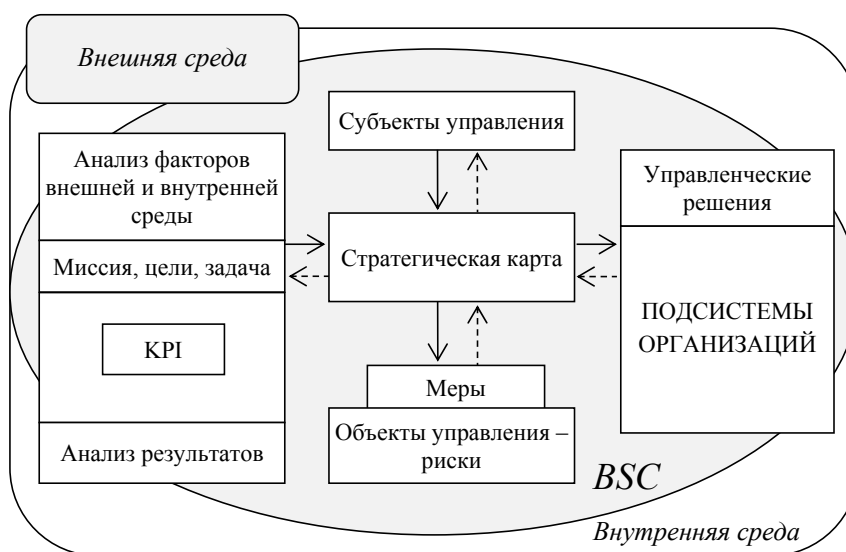


Рис. 3

Субъектами управления выступают пользователи и исполнители BSC: собственники, топ-менеджмент, бизнес-аналитики, руководители структурных подразделений и сотрудники организации.

Объектами управления являются риски, которым подвержена организация (анализ факторов внешней и внутренней среды). Для того чтобы противостоять рискам, организация постоянно разрабатывает мероприятия по их предотвращению и снижению.

Связующим звеном всей системы является стратегическая карта, обеспечивающая причинно-следственные связи BSC организации, связь всех подсистем организации (их может быть не четыре, как предлагает Р. Каплан и Д. Нортон, а больше). Работу подсистемы координируют управленческие решения, которые принимаются на основе анализа ре-

зультатов BSC. Информационный блок BSC состоит из анализа факторов внешней и внутренней среды (выявление рисков организации), формулировки стратегии и задач, разработки ключевых показателей эффективности (KPI), оценки результатов.

Стратегические карты содержат как связанные, так и не связанные друг с другом показатели, что позволяет оценивать правильность логики построения BSC и контролировать развитие организации, основываясь на нескольких информационных источниках, а не только на финансовой отчетности.

Эффективность метода BSC зависит от проработки всех этапов формирования сбалансированной системы показателей на предприятии:

1. Подготовка к построению BSC.
2. Построение BSC.
3. Каскадирование BSC.
4. Контроль выполнения стратегии.

Этапы подготовки и построения носят стратегический характер, а каскадирования и контроля выполнения стратегии – оперативный.

Подготовка к построению BSC включает: разработку стратегии, поиск и принятие решений, определение для каких структурных подразделений организации разрабатывается BSC.

Построение системы состоит из следующих действий: формулирование стратегических целей, построение стратегической карты, которая связывает стратегические цели подсистем, выбор KPI и определение их целевых значений, разработка мер.

Процесс каскадирования обеспечивает трансляцию целей высшим уровнем нижнему на основе разработки целей и задач для конкретного подразделения организации, который также вносит вклад в достижение стратегии. Таким образом, в организации возникает не одна система, а целая совокупность взаимосвязанных систем показателей на различных уровнях иерархии, возникающая в ходе каскадирования [3].

Контроль выполнения стратегии осуществляется посредством анализа фактических значений установленных KPI с запланированными целевыми индикаторами во всех задействованных подразделениях организации.

Важное значение в формировании эффективной BSC имеют KPI. Они служат инструментом измерения достижения поставленных целей с учетом миссии организации и всех заинтересованных сторон [4].

KPI устанавливаются экспертным методом по определенным критериям. Полученные результаты согласуются между экспертами с целью получения общего видения без искажения и проверки соответствия связи между показателями и стратегией.

Выбор показателей должен быть основан на решении вопроса о целесообразности наличия каждого конкретного показателя, содержащего оценку его соответствия цели и периодичности оценки, выбранной подсистеме, стратегической карте, а также установленным организацией критериям, например: измеримость, информативность, возможность использования в системе мотивации персонала.

Алгоритм выбора и оценки показателей включает следующие этапы: оценка его соответствия установленным критериям, определение планируемых результатов и методов определения (целевые индикаторы), выбор способов формирования отчетности, фактическое определение и оценка показателей, корректировка показателей, разработка мер по достижению поставленных целей.

При внедрении KPI становится прозрачной система мотивации, так как устанавливаются целевые индикаторы для структурных подразделений и конкретных сотрудников. Мотивация по KPI предполагает постановку перед сотрудниками точно измеримых целей и привязку вознаграждения к степени их выполнения.

Контроль за KPI позволяет своевременно диагностировать риски и выявлять потенциально возможные кризисные явления в деятельности организации, что, в свою очередь, позволяет разрабатывать эффективные меры по их устранению и предотвращению.

О популярности метода BSC свидетельствует появление специализированных программных продуктов, позволяющих автоматизировать процедуры создания и работы сбалансированной системы показателей: ARIS 7.0, Microsoft Office Business ScoreCard Manager 2005, Business Studio 2.0. [5].

Сложность построения BSC заключается в определении и согласовании целей бизнеса, рисков и обеспечение причинно-следственной связи между ключевыми показателями эффективности (KPI).

Сбалансированная система показателей (BSC) рассматривает стратегию и цели компании посредством комплексной оценки ее деятельности, обеспеченной методикой. Упор делается на достижение стратегии, но при этом оцениваются KPI, показывающие вклад отдельных структурных подразделений и сотрудников в достижения стратегии.

Эффективность метода BSC доказана уже опытом развитых стран, в Российской Федерации она еще не так популярна, но стоит отметить возрастающий интерес к данной системе учета. Соответственно и методологии разработки BSC с учетом особенностей работы российских компаний будет уделяться с каждым годом больше внимания.

Эффективность управленческих решений в области антикризисного управления определяется не только компетенциями управленческого персонала, но и качеством информации, на основе которой они принимаются. Представленная сбалансированная система показателей для управленческого учета предприятий и организаций объединяет эти два условия в единое целое.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Каплан Р. С., Нортон Д. П. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты / пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005.
2. Каплан Р. С., Нортон Д. П. Сбалансированная система показателей / пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003.
3. Крылов С. И. Каскадирование сбалансированной системы показателей // Междунар. бухгалтерский учет. 2013. № 44 (290). С. 2–13.
4. Панов М. М. Оценка деятельности и система управления компанией на основе KPI. М.: Инфра-М, 2019.
5. Проектирование BSC (Сбалансированная система показателей) и Business Studio. URL: https://www.businessstudio.ru/articles/article/bsc_sbalansirovannaya_sistema_pokazateley_i_busine/ (дата обращения: 22.01.2019).

O. G. Leonova

Saint Petersburg Electrotechnical University «LETI»

PRODUCING A BALANCED SCORECARD OF THE ORGANIZATION IN ANTI-CRISIS MANAGEMENT

The article demonstrates the need for using the balanced scorecard (BSC) in enterprise and organizational performance for the purpose of early diagnostics of crisis events. Methodological aspects of producing system key performance indicators

(KPI) and steps of designing a BSC are revealed. There is a particular focus on the benefits of balanced scorecard implementation as a management accounting system that ensures the connection between strategic and operational management. As part of crisis management, the short-term methods of managing operational factors are of particular importance, allowing organizations to meet their obligations by the due date and avoid the risk of insolvency (bankruptcy). Strategic management methods are aimed at ensuring the financial sustainability of business entities in the long term and the growth of their own sources of financing of activities, provide a common vision for the development of the organization. Balanced Scorecard allows linking these groups of methods with their results.

Performance efficiency, management system, balanced scorecard (BSC), key performance indicator (KPI), strategic map, crisis, anti-crisis management

УДК 658.5

Д. А. Белянин

Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина)

ПРИЛОЖЕНИЕ СБАЛАНСИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ (ССП) В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ И ПЕРЕПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Посвящена проблеме подготовки кадров для реализации государственной стратегии построения информационного общества в России. Рассмотрены концепция сбалансированной системы показателей (ССП) как эффективный инструмент в системе подготовки и переподготовки кадров цифрового предприятия, а также вопросы (и этапы) формирования 4-й проекции СПП «Обучение и развитие». Определены стратегические кадровые цели, проведен анализ основных кадровых показателей. Описаны процессы определения целевых значений кадровых показателей и разработки стратегических кадровых мероприятий. Сделан вывод об использовании СПП в системе переподготовки кадров и повышении эффективности работы цифрового предприятия.

Информационное общество, цифровое предприятие, сбалансированная система показателей (ССП), стратегическая кадровая цель, кадровые показатели

Двадцать первый век будет характеризоваться переходом человечества в информационное общество. Для большинства мировых экономик это является политической, экономической и культурной целью, главный ресурс достижения которой – информация. Во многих странах для стимулирования развития информационного общества принимаются национальные стратегические программы. В Российской Федерации таким документом является «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 гг.», утвержденная указом Президента РФ от 9 мая 2017 г. [1]. Данная стратегия определяет внутреннюю и внешнюю политику РФ в сфере применения информационных и коммуникационных технологий, направленных на развитие национальной цифровой экономики. Цель стратегии – создание условий для формирования в РФ общества знаний – общества, в котором решающее значение для развития экономики, государства, а также каждого гражданина имеет получение, сохранение, производство и распространение достоверной информации с учетом национальных интересов Российской Федерации. Основу цифровой экономики и всего информационного общества составляют цифровые предприятия. Цифровое предприятие –

предприятие, использующее для повышения эффективности своей деятельности новые цифровые инфокоммуникационные технологии на всех уровнях управления – операционном, стратегическом, тактическом [2], [3]. Нехватка квалифицированных кадров – одна из наиболее острых проблем современного – цифрового предприятия и национальной экономики в целом. Президент Российской Федерации В. В. Путин в своем мартовском Послании Федеральному собранию обозначил конкретную задачу на ближайшее время – обеспечить рост производительности труда на средних и крупных предприятиях базовых отраслей (промышленность, строительство, транспорт, сельское хозяйство и торговля) не ниже пяти процентов в год. Добиться поставленных президентом задач можно только с квалифицированным персоналом, который понимает высокую ответственность и готов повышать уровень своей компетенции. Таким образом, подготовка квалифицированных кадров для цифровой экономики – одна из ключевых задач современного информационного общества.

Эффективным инструментом, позволяющим управлять системой (уровнем) подготовки кадров современного предприятия, является концепция сбалансированной системы показателей (ССП) – Balanced Scorecard (BSC). Balanced Scorecard представляет собой систему стратегического управления цифровым предприятием [4]. Она основана на измерении и оценке эффективности выполняемой работы по определенному набору показателей. Система BSC преобразует миссию и общую стратегию предприятия в систему определенных целей и задач в рамках четырех основных проекций (составляющих): «Финансы», «Клиенты (Маркетинг)», «Внутренние бизнес-процессы», «Обучение и развитие». Для каждой стратегии определяются стратегические цели. Между индивидуальными целями устанавливаются причинно-следственные взаимосвязи. Полный набор целей отображает стратегию предприятия. Для каждой цели формируется группа показателей, отражающих степень реализации цели. В качестве показателей применяются «Ключевые показатели результативности» (Key Performance Indicators – KPI) [5]. Они измеряются числовыми значениями (процентами, баллами и т. д.). Стратегия, стратегические цели, KPI и мероприятия (инициативы) образуют стратегическую карту по определенной проекции, а система стратегических карт отображает общую стратегию компании, ее логику и взаимосвязи между различными целями [6]. Стратегические карты помогают сопоставить то, как индивидуальные задачи и результаты отдельных сотрудников содействуют достижению общих целей, стратегии и успеху всей компании.

Четвертая проекция (составляющая) системы BSC – «Обучение и развитие» формулирует цели и показатели, связанные с обучением и развитием персонала предприятия [7]. Проекция (составляющая) «Обучение и развитие» имеет три компонента: сотрудники (персонал), информационные системы и организационные процедуры [8]. Формирование четвертой проекции (составляющей) обучения и развития персонала СПП включает в себя следующие этапы [9]:

1. *Определение стратегических целей обучения и развития персонала предприятия.* Стратегические кадровые цели, универсальные для всех типов предприятий (организаций):

- осуществление переобучения и развитие возможностей работников;
- развитие корпоративных информационных систем;
- мотивация работников, делегирование им полномочий и обеспечения соответствия личных целей корпоративным.

2. *Выбор кадровых показателей.*

Измерение кадровых показателей обеспечивает развитие управляемого объекта в намеченном кадровом направлении. Перечень ключевых кадровых показателей приведен в табл. 1.

Таблица 1

Стратегическая кадровая цель	Ключевые кадровые показатели
Осуществление переобучения и развитие возможностей работников	Удовлетворенность сотрудника Сохранение кадровой базы Эффективность сотрудника Переобучение персонала
Развитие корпоративных информационных систем	Скорость поступления информации, оценивающей состояние клиентов на рынке Скорость поступления информации, оценивающей качество оказанных услуг Процент данных, полученных по каналам обратной связи с клиентами в режиме реального времени Доля работников, взаимодействующих с клиентами, которым доступна требуемая информация в интерактивном режиме
Мотивация работников, делегирование им полномочий и обеспечения соответствия личных целей корпоративным	Число выдвинутых и внедренных предложений Совершенствование Соответствие личных целей корпоративным Работа в команде

Показатель удовлетворенности сотрудника. Удовлетворенность сотрудника определяется на основе ежегодных (ежемесячных) опросов и оценивается по балльной системе. Примерный перечень вопросов:

- участие сотрудника в принятии решений;
- оценка руководством предприятия выполненной работы;
- доступ к необходимой информации;
- поощрение инициативы и творческого подхода к работе;
- уровень поддержки со стороны коллег;
- отношение к компании в целом.

Показатель сохранения кадровой базы направлен на сохранение квалифицированных кадров. Измеряется процентом текучести кадров из числа квалифицированного персонала.

Показатель эффективности сотрудника. Существует большое число способов оценки эффективности персонала. Самый распространенный из них – показатель дохода на одного работающего.

Показатель переобучения персонала рассматривает уровень переобучения и количество сотрудников, которым оно необходимо.

Показатели, характеризующие возможности информационных систем, оценивают процент доступной информации для сотрудников относительно ожидаемой в ней потребности, а также долю сотрудников, которым доступна соответствующая информация.

Показатель числа выдвинутых и внедренных предложений характеризует число внедренных или принятых предложений, а также качество данных предложений.

Показатель совершенствования характеризует, насколько активно работники предприятия участвуют в процессе совершенствования его деятельности. Может охватывать такие составляющие, как качество произведенной продукции, сокращение временного цикла производства изделия и др.

Показатели соответствия личных целей корпоративным свидетельствуют о соответствии целей каждого конкретного работника общим корпоративным целям и задачам, сформулированным в ССП.

Показатели работы в команде. Примеры:

- процент совместных проектов с общими достижениями;
- процент проектов, при выполнении которых были использованы совместные возможности всех сотрудников;
- процент проектов, в которых мотивы сотрудников были неразрывно связаны с общей целью предприятия (организации).

3. Определение целевых значений кадровых показателей.

После завершения процесса выбора показателей составляющей обучения и развития персонала ССП определяются их целевые значения. Целевые значения кадровых показателей должны быть жесткими, но вполне достижимыми.

4. Разработка стратегических кадровых мероприятий (инициатив).

После определения целевых значений кадровых показателей ССП, разрабатываются стратегические кадровые мероприятия (инициативы), которые позволяют конкретизировать стратегические кадровые цели и связать их с общей стратегией предприятия и задачами менеджеров по управлению персоналом. Таким образом, составляющая «Обучение и развитие» обеспечивает перевод кадровой стратегии в конкретные действия по работе с персоналом [10], [11].

Пример разработанной составляющей обучения и развития персонала ССП представлен в табл. 2.

Таблица 2

Стратегическая кадровая цель	Кадровый показатель	Целевое значение	Стратегическое кадровое мероприятие
Переобучения и развитие возможностей работников	Сохранение кадровой базы	80 %	Повышение заработной платы

Одна из стратегических целей современного цифрового предприятия – подготовка квалифицированных кадров. ССП представляет собой эффективный инструмент стратегического кадрового менеджмента, а анализ входящих в нее показателей формирует его информационное обеспечение, будучи немаловажным элементом стратегического управленческого анализа [12]. Используя ключевые кадровые показатели, входящие в проекцию (составляющую) «Обучение и развитие», можно управлять поведением сотрудников, и как следствие – добиться значительного повышения эффективности работы всего цифрового предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 гг. (утверждена указом Президента РФ от 9 мая 2017 года). URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения: 13.01.2017).
2. Брусакова И. А. Современные проблемы менеджмента инноваций: учеб. пособие. СПб.: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2016.
3. Теоретическая инноватика: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. А. Брусакова, В. Л. Горохов, В. А. Дрещинский и др. / под ред. И. А. Брусаковой. М.: Юрайт, 2017.
4. Алайдар Ж. А. Оценка эффективности деятельности компании на основе системы сбалансированных показателей (ССП) // АльПари. 2009. № 3. С. 61–65.
5. Кокуева Ж. М., Угрюмов М. В. Система сбалансированных показателей как инструмент управления предприятием информационно-технологической сферы // Менеджмент в России и за рубежом. 2010. № 4. С. 89–95.

-
6. Брусакова И. А., Краснова А. И. Управление эффективностью бизнеса в сервисно-ориентированных корпоративных информационных системах. СПб.: Элмор, 2011.
 7. Армстринг М. Практика управления человеческими ресурсами / пер. с англ.; под ред. С. К. Мордовина. 10-е изд. СПб.: Питер, 2012.
 8. Карташова Л. В. Управление человеческими ресурсами: учебник. М.: ИНФРА-М, 2013.
 9. Глазов М. М., Фирова И. П., Истомина О. Н. Управление персоналом: анализ и диагностика персонал-менеджмента: учебник. СПб.: ООО «Андреевский издательский дом», 2007.
 10. Кибанов А. Я. Основы управления персоналом: учебник. М.: ИНФРА, 2005.
 11. Елиферов В. Г., Репин В. В. Бизнес-процессы. Регламентация и управление: учебник. М.: Инфа-М, 2008.
 12. Соломатин Н. А. Автоматизированные системы управления предприятиями и объединениями / Н. А. Соломатин, В. И. Дудорин, А. И. Ларионов и др. М.: Экономика. 2010.
-

D. A. Belyanin

Saint Petersburg Electrotechnical University «LETI»

APPLICATION OF BALANCED SCORECARD (BSC) IN THE SYSTEM OF TRAINING AND RETRAINING OF PERSONNEL FOR THE INFORMATION SOCIETY

The article is devoted to the problem of training of personnel to implement the state strategy of building information society in Russia. The article considers the concept of Balanced Scorecard (BSC) as an effective instrument in the system of training and retraining of personnel at digital enterprise. It addresses the questions of forming the fourth perspective of Balanced Scorecard (BSC) "Learning and growth". The stages of formation of "Learning and growth" perspective are considered. The strategic human resource objectives are defined, the analysis of the main human resource indicators is provided. The process of defining the target values of human resource indicators and the process of developing strategic personnel actions are considered. The use of BSC in the system of training and retraining of personnel and improving the efficiency of digital enterprise is considered.

Information society, digital enterprise, Balanced Scorecard (BSC), strategic personnel goal, personnel indicators

УДК 316.334.2

А. А. Авакян

Санкт-Петербургский государственный университет

ВЗАИМОСВЯЗЬ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА С УСТАНОВКАМИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ВЫПУСКНИКОВ ВУЗОВ

Рассматривается вопрос взаимосвязи социального капитала и установок экономического поведения выпускников вузов. Раскрыт смысл понятия «социальный капитал». Социологический подход позволяет оценивать большую роль социального капитала в системе многосторонних социальных связей. Представлены результаты авторского эмпирического исследования экономического поведения выпускников вузов, составляющих социального капитала, регулирующего экономическое поведение в сфере накопления, потребления и формирования доходов. Выявлено, что успешная адаптация на рынке труда выпускников вузов, которая является важным условием их социального развития, активного экономического поведения, зависит от множества факторов, влияние которых обеспечивает тот или иной результат в ходе профессиональной самореализации, в частности, от социального капитала. Социальный капитал рассматривается на микроуровне: взаимоотношения внутри семьи и между родственниками, а также между друзьями и знакомыми. Проведенное исследование свидетельствует о значительном влиянии имеющегося социального капитала выпускников вузов на формирование активного типа их экономического поведения.

Социальный капитал, экономическое поведение, выпускники вузов, образование, профессиональная деятельность, жизненный успех, полезные связи, формирование доходов

Успешность адаптации студентов выпускных курсов в профессиональной деятельности зависит от наличия или отсутствия имеющихся у них ресурсов и капитала, в первую очередь образовательного, а также в виде помощи родителей или социальных связей – влиятельных знакомых – в процессе поиска и нахождения работы. Так, согласно результатам материалов обследований населения по проблемам занятости наиболее предпочтительным способом поиска работы среди безработных является обращение за помощью к друзьям, родственникам и знакомым – 63,1 % [1]. Однако такой механизм успешной социальной адаптации доступен далеко не всем выпускникам вузов, и большая часть вынуждена самостоятельно адаптироваться к реалиям рынка труда, его требованиям и нормам. Таким образом, молодежь отличаются разные стартовые условия социального капитала, что во многом предопределяет мотивацию их поведения на рынке труда. Особенно важным становится то, что введение в сферу исследования понятия социального капитала подразумевает анализ отношений между людьми, повышение степени их значимости для жизни и развития общества.

Концепция социального капитала освещается в трудах представителей различных научных направлений и разнообразных социальных школ, большинство которых принадлежит американской социологии.

Однако социологические аспекты изучения взаимосвязи социального капитала с установками экономического поведения выпускников вузов (с экономическим профилем

обучения), мотивы их выбора, модели экономического поведения еще недостаточно изучены и нуждаются в осмыслении.

Впервые термин «социальный капитал» использовал Л. Дж. Ханифан в 1916 г. при описании школьных центров сельских общин, подчеркнув важность многочисленных социальных связей в успехе образовательной деятельности.

Первые теоретические представления, предвосхищающие концепцию социального капитала, сложились в трудах Э. Дюркгейма и М. Вебера. Классики социологической науки полагали, что при определенных условиях доверие может перестать быть индивидуальным качеством, характеризующим личность, и распространиться в целом на социальную группу или общество.

Понятие «социальный капитал» ввел французский социолог Пьер Бурдьё в 1980 г. Он впервые предпринял теоретически систематизированный социологический анализ капитала и определял его как «агрегацию действительных или потенциальных ресурсов, связанных с включением в прочные сетевые или более или менее институционализированные отношения взаимных обязательств или признаний». Его видение инструментально и сосредоточено на пользе, которую индивиды накапливают, постоянно участвуя в группах с целью создания некоторого ресурса. «Выгода, которая аккумулируется благодаря группе, является базисом возможной солидарности» [2].

Социальный капитал воплощается в социальных сетях, социальных нормах поведения, взаимных поддержках и кооперациях ради получения взаимной выгоды. Бурдьё показывает, что социальный капитал может быть использован для производства и воспроизводства неравенства путем доступа к занятию более высокого места в иерархии через использование социальных связей.

Согласно экономической трактовке американского социолога Дж. Коулмана «социальный капитал считается личным ресурсом для достижения личных и коллективных целей, исходя из максимизации пользы» [3].

Значительный вклад в разработку концепции внес американский социолог А. Портес. Он включил в проблематику исследования социального капитала нормативные и мотивационные аспекты социального поведения [4].

В исследовании современных социологов М. Блок, Н. А. Головина [5] сравнение концепций социального капитала, сформулированных в XX в. П. Бурдьё, Р. Патнэмом и Дж. С. Коулманом, обнаруживает наряду с различиями, обусловленными разными познавательными интересами исследователей, общность в том, что этот социальный ресурс происходит из доверия между участниками отношений и их нормативного закрепления. Из работ Дж. Коулмана, Г. Лоури и других социологов следует, что использование социального капитала влечет за собой только положительные следствия, к числу которых относятся: а) социальный контроль; б) семейная поддержка индивидов (как разновидность групповой поддержки); в) групповые привилегии [6].

На основании изложенного можно сделать вывод о том, что социальный капитал образуется из желания людей проявлять инициативу, думать, прилагать усилия. И самое главное – договариваться, создавать новые формы взаимодействия.

Ведь капиталом сегодня могут быть не только финансовые средства или средства производства, но и качества людей, их квалификация и формы взаимоотношений. Межчеловеческие отношения могут самым радикальным образом влиять на продуктивность экономической деятельности [7].

Практически все исследователи социального капитала отмечают его тройственную структуру: нормы, доверие, сети. Все эти элементы связаны друг с другом: сети необходимы для передачи информации, налаживания контактов, они способствуют распространению норм взаимодействия, нормы и доверие укрепляют и содействуют расширению сетей и контактов [8].

Отметим, что в нашем исследовании социальный капитал рассматривается на микроуровне (взаимоотношения внутри семьи и между родственниками, а также друзьями и знакомыми).

Обоснование проблемы: основная проблема реализации активного экономического поведения выпускников вузов состоит в разрешении противоречия между потенциалом, имеющимся социальным капиталом и возможностями его реализации в современных условиях.

Задача данной статьи заключается в рассмотрении с точки зрения социологического подхода взаимосвязи социального капитала с установками экономического поведения. Автор предполагает, что социальный капитал влияет на социальные установки, регулирующие экономическое поведение человека.

Для анализа были использованы данные авторского социологического исследования экономического поведения выпускников вузов. Таким образом, объектом исследования стали выпускники вузов, а предметом – экономическое поведение выпускников вузов.

Исследовалось общественное мнение путем анкетирования. В общей сложности опрошено 400 респондентов – жителей Санкт-Петербурга от 16 до 70 лет методом «квотной» выборки (анкетный опрос, февраль–март 2013 г.) в г. Санкт-Петербурге [9].

Общие сведения об анкетлируемых по демографическому составу представлены в таблице.

№	Респонденты		
	Пол	Возрастная группа	Количество, чел.
1	Мужчины	16–29 лет	52
2	Мужчины	30–55 лет	96
3	Мужчины	Старше 55 лет	30
4	Женщины	16–29 лет	50
5	Женщины	30–55 лет	92
6	Женщины	Старше 55 лет	80
Итого			400

Инструментарий исследования. Основная часть анкеты включала в себя несколько блоков, подробно характеризующих различные аспекты экономического поведения современной российской молодежи.

В специально разработанный опросник были включены также вопросы, нацеленные на изучение составляющих социального капитала, регулирующего экономическое поведение выпускников вузов.

Система ценностей, понимание молодежью жизненного успеха и способов его достижения. Важной информацией, уточняющей отношение нынешней молодежи к миру труда и отдельным сферам жизни, могут служить данные (мнения респондентов) относительно того, как молодежь представляет себе успех в жизни и способы его достижения.

Так, по итогам ответов на вопрос «Как Вы считаете, что сегодня для современной российской молодежи важнее для достижения успеха в жизни?» большая часть опрошенных (73 %) считает необходимыми полезные связи (знакомства), т. е. наличие влиятельных родственников, знакомых, которые помогут в дальнейшем трудоустроиться. Обычно под связями подразумевают блат или семейные связи, нас же интересуют разного рода знакомства, преимущественно профессиональные. Стоит, конечно, отметить, что связи решают не все, хотя и очень многое;

существует множество исследований, где достаточно наглядно объясняется, какой положительный эффект дает обширная сеть знакомств, в том числе и для построения карьеры.

Повышение значимости данного аспекта в настоящее время говорит о том, что в деловом мире он способствует получению рабочего места. Однако то, что указанная позиция занимает столь значимое место в ответах многих респондентов (73 %), говорит и о потере их доверия к государственной системе трудоустройства.

На оценку возможности достижения успеха оказывают влияние другие приоритетные факторы. Прежде всего это: 1) хорошее образование (68 %), которое на современном этапе выступает не менее важным фактором влияния на экономическую мотивацию российской молодежи, поскольку уровень образования формирует и определенный уровень экономических притязаний; 2) такие характеристики личности, как напор в борьбе, упорство, преданность делу, пробивные способности, полная отдача процессу завоевания. Характерно, что респонденты наряду с хорошим образованием и пробивными способностями, предприимчивостью полагают составляющими жизненного успеха «поддержку семьи» (53 %) и «власть» (52 %).

Таким образом, можно предположить, что семья в образе успеха занимает ведущее и определяющее место для реализации успешного экономического поведения молодежи; поддержка со стороны родителей, супруга/супруги и детей играет огромную роль в достижении успеха и уверенности в себе, в частности, оказывает непосредственное влияние на успешное экономическое поведение молодежи. 52 % у фактора власти объясняется тем, что мотивация власти (потребность во власти) является одной из самых главных движущих сил человеческих действий. Стремление господствовать над другими людьми и руководить ими – это мотив, который побуждает в процессе деятельности преодолевать значительные трудности и прилагать огромные усилия для достижения успеха.

Полученные результаты опроса респондентов показывают, что «силу, здоровье» (44 %), «умение рисковать» (40 %) молодежь ранжирует выше, чем «умение достигать цели, не обращая внимания на общепринятые нормы» (38 %).

Исходя из данных, можно сделать вывод о том, что основным условием для достижения успеха является наличие «полезных связей» (73 %), т. е. влиятельных родственников, знакомых, которые помогут в дальнейшем трудоустроиться. Такие показатели, как образование (68 %), пробивные способности (54 %), предприимчивость (48 %) можно объединить в одну группу личностных аспектов, которые играют также немаловажную роль в достижении экономического успеха.

Анализ ответов на вопрос «Как Вы считаете, что сегодня в России молодым людям помогает разбогатеть?» показывает, что это «стартовый капитал родителей, их связи, поддержка» (59 % – занимает первую строчку в рейтинге). Таким образом, с одной стороны, можно предположить, что помощь родителей дает легкий старт. Человек начинает жизнь не с нуля. Другими словами, он получает сразу мощное «оружие», которого нет у его ровесников. А с другой стороны, эта возможность кого-то вдохновит и активизирует, а кого-то, наоборот, расслабит.

Способность оказывать влияние на поведение людей называется властью. Второе место, с точки зрения респондентов, молодые люди отдают «власти, высокой должности, связям» (57 %). «Везение и счастливый случай», по мнению опрошенных, является одним из важных и необходимых условий или возможностей для достижения успеха – 52 %. Действительно, примерами удачи могут быть ситуации, когда желательный исход какого-

либо события или действия не зависит (полностью) от действий или решений самой личности или благоприятного стечения обстоятельств (везения).

Наличие высокого уровня образования, профессионализм как источник достижения богатства занимает четвертое место в ответах половины респондентов (51 %). Так как образование описывается как более или менее доступная возможность социальной мобильности, большинство молодых людей настроено на его получение.

Присвоение государственной собственности, коррупция как источник достижения богатства занимает пятое место – 50 % от числа опрошенных. Результаты нашего опроса подтверждают многочисленные социологические исследования-опросы, которые показывают, что население не верит в честные заработки и сильно недолюбливает богачей. И сейчас россияне уверены в этой аксиоме: 45,1 % опрошенных считают главным условием хорошей жизни связи и блат. «Эта психология отражает реалии, – говорит Валерий Хашченко, психолог Института психологии Российской академии наук. – В газетах, в институтах и в магазинах, на работе и в любом госучреждении мы сталкиваемся с коррупцией. Совершенно логично появляется мысль: взятка – вот верный способ разбогатеть» [10].

Средние позиции в ответах большинства опрошенных занимают такие способы повышения благосостояния, как «выгодная женитьба (замужество)» (47 %) и «работа за границей» (43 %).

Доля людей, считающих необходимым «добросовестно трудиться», составляет 36 %. Можно предположить, что у современного поколения такие признанные предшествующими поколениями ценности, как добросовестный труд и высокий уровень образования, временно утрачивают первостепенное значение. Но одновременно среди опрошенных учащихся растет заинтересованность в том, чтобы стать богатым за счет личной предприимчивости и стремления к успеху, так считают 50 % из числа опрошенных.

Ставку на «работу в рыночном секторе экономики» делают лишь 36 % респондентов. Почти треть респондентов (29 %) считают, что большие деньги можно получить посредством «участия в криминальных, мафиозных структурах».

Современная молодежь в целом стремится к различным жизненным достижениям, которые являются следствием успешного экономического поведения. Мнения респондентов о том, что является выражением жизненного успеха для современной российской молодежи, по вопросу «Как Вы считаете, выражением жизненного успеха для современной российской молодежи являются?...» распределились следующим образом: «полезные связи» – 66 %; «деньги» – 62 %; «умение достигать целей, не обращая внимания на общепринятые нормы» – 50 % и «жизнь в крупном городе» – также 50 %; «предприимчивость» – 45 %; «поддержка семьи» – 43 %; «сила, здоровье» – 40 %; «модные вещи» – 39 %; «умение рисковать» – 36 %; «дорогие вещи» – 34 %; «участие в гламурных мероприятиях, знакомство с успешными (гламурными) людьми» – 26 %; «качественно сделанная работа, но не оцененная по достоинству» – 26 %; «жизнь в гармонии с природой и жизнь на природе» – 23 %; «сильное и здоровое тело в старости» – 20 %; «инновационная теория или научная концепция, не оцененная современниками, но высоко оцененная потомками» – 17 %.

По итогам ранжирования наиболее актуальных способов добычи денег в ответах на вопрос «Какие способы добычи денег являются у молодежи приоритетными?» способ «работать на нескольких работах» является у молодежи приоритетным – 74 %; другими приоритетными способами улучшения своего материального положения для молодого по-

колени являются помощь от родственников и друзей (50 %), занятие мелким бизнесом (перепродажа) – 47 %. Интерес по данному вопросу представляют результаты социологических исследований 1997 г. в МГУ им. М. В. Ломоносова по выявлению отношения молодежи к деньгам и работе (1068 респондентов) [11], которые совпадают с результатами наших данных по вопросу «Как Вы относитесь к перечисленным способам добывания денег?» в вариантах: «брак по расчету» – 41 %, «добыть хитростью» – 31 %.

Среди причин отказа от активного экономического поведения наибольшее количество голосов респонденты отдали варианту «молодежь не видит выгод для себя в трудовой активности в бюджетной сфере» – 64 %; далее: «отсутствие опыта и видения путей реализации молодежью своих творческих планов» – 54 %; «преобладание деструктивных образов, разрушающих активную жизненную позицию в интернет- и медиапространствах» – 44 %; «несформированность мотивации к самостоятельной жизненной деятельности» – 43 %; «семейное воспитание с акцентом на инфантилизм и чрезмерно долгую опеку родителей» – 40 %; «дефицит ярких образов в медиапространстве, мотивирующих к активной экономической деятельности» – 39 %.

Экономическое поведение российской молодежи в сфере накопления. Анализировать экономическое поведение российской молодежи в сфере накопления мы будем, руководствуясь информацией, полученной в результате обработки ответов респондентов, связанных со сберегательным накопительным поведением (степень влияния биржевых сводок на практики накопления молодежью; причины, руководствуясь которыми молодежь делает накопления; оценка отношения молодежи к деньгам; оценка отношения к богатству; оценка регулярности оформления кредитов молодежью).

Начнем с анализа оценки интереса молодежи к биржевым сводкам в зависимости от того, как влияют биржевые сводки на практики накопления в современной молодежной среде.

Накопление – увеличение личных капиталов, запасов, имущества. Накопления – это та сфера экономической деятельности человека, в которой наиболее тесно взаимосвязано воздействие как экономических, так и социокультурных факторов.

Распределение ответов респондентов на вопрос «Что Вы думаете, как влияют биржевые сводки на практики накопления, которые наиболее популярны в современной молодежной среде?» таково: большинство молодежи ими не интересуется – 82 %; у 12 % молодежи серьезные события на бирже вызывают озабоченность; внимательно следят за биржевыми новостями 6 %.

Анализ ответов наших респондентов на вопрос «Отметьте, пожалуйста, причины, руководствуясь которыми молодежь делает накопления» показал, что в первую очередь молодежь делает накопления на приобретение квартиры, машины и других особо ценных материальных благ (66 %); на втором месте в сфере накопления предпочтения «отдых и развлечения», это выбрали больше половины опрошенных – 55 %; около 36 % респондентов считают, что молодежь делает накопления для приобретения товаров длительного пользования; и только 22 % считают, что молодежь в последнюю очередь формирует накопления на непредвиденные расходы (потеря работы, длительная болезнь).

Распределение ответов респондентов на вопрос «Что Вы думаете, какое суждение о деньгах для молодежи ближе?» таково: «желание заработать большее количество денег, чтоб организовать достойное существование» (46 %), а среди обеспеченных и богатых представителей молодежи – неограниченное потребление, т. е. тем самым деньги дают

возможность «позволить себе все» – 20 %. Можно сказать, что материальная обеспеченность (наличие денег) понимается молодыми людьми как качество жизни, предполагающее удовлетворение различных потребностей человека, а сам факт обладания деньгами позволяет им самоутверждаться.

В оценке отношения молодежи к богатству в вопросе «Как Вы думаете, как современная российская молодежь относится к богатству?» ответы респондентов распределились следующим образом: «Хочет стать богатым, даже с риском уголовного наказания» (46 %) – ставится цель зарабатывания денег любым доступным путем, лишь бы этот путь приносил доход, и чем больше, тем лучше. Мы предполагаем, что такое отношение к богатству у молодых людей отчетливо вырисовывается среди еще не выработанной устойчивой системы своих нравственных социокультурных установок. Тем более что и изменившаяся жизнь (переход от административно-плановых к рыночным механизмам) требует новых моделей поведения. 36 % опрошенных считают, что молодые люди хотят стать богатыми, но только законным путем.

В настоящее время кредит выступает как средство обеспечения жизненно важных нужд. Практика обращения к кредиту вследствие материальной нужды еще достаточно широко распространена, для многих сегодня кредит остается единственной возможностью «опережающего» потребления – возможностью получить нужную вещь, услугу (например обучение в вузе) сразу, до того, как будет собрана вся необходимая для ее приобретения сумма. Необходимо отметить, что у большей части современной российской молодежи выражено активное кредитное заимствование, т. е. желание улучшить в ускоренном варианте свою жизнь («да, часто» – 32 %); ограниченной популярностью кредит пользуется среди тех, кто оформляет его «не часто» (24 %) и тех, кто «оформляет в крайне затруднительном положении» (24 %).

Инвестиционное поведение включает вложение денег в производственный бизнес, в акции, паевые финансовые фонды, инвестиционный бизнес с целью получения дохода, но встречается сравнительно редко среди молодежи. Так, чтобы вкладывать деньги в банки и инвестиционные компании, необходимо быть уверенным в правильности своих действий, уметь вести грамотный расчет соответствующих рисков и выгод вложений. Тем более что далеко не каждый молодой человек способен собрать и проанализировать необходимую информацию для полного и адекватного понимания ситуации на финансовом рынке, оценить имеющиеся риски и выгоды.

Изучив мнение наших респондентов в вопросе «Как Вы думаете, является ли современная российская молодежь сторонниками инвестиционного поведения (сберегательного)?», мы выяснили, что современная российская молодежь скорее не является сторонниками инвестиционного поведения – «скорее нет, чем да» (60 %). Тех, кто считает, что «скорее да, чем нет», – 19 %, за варианты «определенно да» высказались 5 % и «определенно нет» – 16 %.

В целом, можно констатировать, что сберегательное (накопительное) поведение является малоэффективным и/или рискованным для молодежи в современной России и плохо представлено в молодежной среде.

Экономическое поведение российской молодежи в сфере потребления. В ходе исследования экономического поведения российской молодежи в сфере потребления проанализированы детерминанты потребительского поведения: оценка степени удовлетворенности жизнью молодежи; оценка материального положения молодежи; оценка социально-экономических процессов в обществе; оценка усилий молодежи в отношении материального положения.

Результаты исследования анализа материального положения современной российской молодежи по вопросу «Как Вы оцениваете материальное положение большинства молодежи?» свидетельствуют о том, что большая часть молодежи живет более или менее прилично («среднее положение» – 67 %); практически одинаковые результаты оценки материального положения получены в отношении тех, кто занимает «хорошее положение» («живут без особых забот») – 13 %, и тех, кто занимает «плохое положение» («живут за гранью бедности») – 14 %.

Какова же связь между уровнем материального положения молодежи и удовлетворенностью жизнью, которую она ведет? Проанализируем характер этой связи, сравнив зависимость уровня материального положения молодых людей и оценок степени удовлетворенности качеством жизни.

В распределении ответов респондентов на вопрос «Как Вы думаете, в какой мере современную российскую молодежь устраивает жизнь, которую она ведет?» первое, что обращает на себя внимание: современное поколение молодежи сегодняшняя жизнь в стране «скорее не устраивает» – 38 %.

Доктор психологических наук Г. М. Зараковский, исследуя субъективные оценки качества жизни и приспособленности населения к переменам, выявил, что уровень приспособленности коррелирует с субъективной оценкой качества жизни. Он напрямую связан с достижениями в профессиональной деятельности, успехами в укреплении здоровья, с уровнем карьерного роста и с активным стремлением личности к достижениям в семейной жизни, в образовании. В исследовании также была выявлена обратная связь показателя качества и удовлетворенности жизнью и показателей пассивности – отсутствием у человека значимых жизненных целей. Причем адаптивность явно связана с психологическим потенциалом личности, индикатором которого является достигательная активность [12].

Для 29 % опрошенных молодежь устраивает жизнь, которую она ведет, – «отчасти». Тем не менее анализ данных исследования показал наличие молодежи, среди которой количество удовлетворенных своей жизнью «в основном» весьма существенно – 20 %. «Вполне» удовлетворены своей жизнью, по мнению опрошенных, 8 % молодежи.

Оценка экономических результатов проводимых рыночных преобразований пока весьма низкая. Необходимо заметить, что представление молодежи о тенденциях развития социально-экономического положения страны весьма влияет на поведение и планирование жизни.

Обратимся к мнению респондентов о том, считают ли они, что страна постоянно находится в состоянии экономического кризиса. Вопрос: «Считаете ли Вы, что страна постоянно находится в состоянии экономического кризиса?»: 42 % опрошенных считают, что страна постоянно находится в состоянии экономического кризиса – «определенно да»; за вариант «скорее да, чем нет» проголосовали 34 % опрошенных; 17 % считают, что страна скорее не находится в состоянии экономического кризиса («скорее нет, чем да»). Доля же тех, кто определенно считает, что страна не находится в состоянии экономического кризиса («определенно нет»), – 7 % респондентов.

Распределение ответов респондентов на вопрос «Как Вы считаете, сможет ли большинство молодежи в нашей стране прожить без постоянной заботы, опеки со стороны государства?» таково: подавляющее большинство респондентов (37 %) склонны думать, что большая часть молодежи «не сможет» прожить без постоянной государственной заботы, опеки; 35 % респондентов настроены более оптимистично и считают, что «большинство сможет» прожить без постоянной заботы, опеки со стороны государства; 28 % респондентов затруднились с ответом.

Обобщая, можно предположить, что эти данные, во-первых, свидетельствуют скорее о различных условиях жизни молодежи и связанным с ними различным восприятием реальности, а во-вторых, материальное положение, уверенность в завтрашнем дне у молодежи во многом зависят от социально-экономического положения в стране и в связи с этим весьма неустойчивы.

В ходе нашего исследования по вопросу «Как Вы думаете, чего, в первую очередь, не хватает сегодня молодому человеку?» было выявлено, что многие респонденты признают самый высокий уровень озабоченности недостаточностью материального достатка у молодежи – 25 %. 23 % полагают, что молодежи не хватает «культуры, воспитанности»; 22 % – «нравственных принципов». Наименьшее распространение получили варианты «уверенности в себе» – 6 %; «уважения к своему прошлому» – 3 %; «политических прав» – 1 %.

Нельзя не признать, что современные жизненные реалии достаточно суровы и подвергают нравственность россиян серьезным испытаниям на прочность. Представления о ценностных ориентациях размыты, нет грамотного механизма формирования и способа воздействия на сознание и поведение личности. Соответственно изменилось отношение к образованию, труду, близким, семье. Динамика ценностных ориентаций зависит от внешних факторов (политических, культурных, экономических и т. д.), от их уровня социализации, обусловлена рыночными отношениями. И в этой неоднозначности реализуются разноплановые жизненные позиции. Поэтому нынешней молодежи свойственны и духовно-нравственные, и сугубо прагматичные, материальные жизненные цели.

Распределение ответов респондентов на вопрос «Как Вы думаете, на что направлены усилия молодежи в отношении материального положения?» выглядит так: чаще всего распространена достижительная мотивация у молодежи – «чтобы жить богаче» (68 %); «сохранить имеющийся уровень жизни» (20 %). Можно предположить, что молодежь при явном стремлении к улучшению своего материального положения не готова прилагать много усилий, т. е. предпочитает довольствоваться теми благами, которые предоставляет общество. В наиболее плачевном положении с точки зрения устремлений находятся молодые люди, для которых усилия в отношении материального положения направлены на то, чтобы «просто выжить» (12 %).

Разные типы мотивации соответствуют разным типам ориентации на успех в жизни. Можно предположить, что те, для кого успех выражается в материальном достатке, чаще других выбирают возможность больше работать и хорошо получать, иными словами – жить богаче.

Экономическое поведение российской молодежи в сфере формирования доходов. Здесь нас прежде всего интересовали способы приобретения средств существования; предпочтения молодежи в выборе типа заработка; предполагаемые действия молодежи в случае безработицы (при потере работы); готовность современной российской молодежи к занятию предпринимательством.

В экономической теории под «доходом» подразумевают денежную сумму, регулярно и законно поступающую в непосредственное распоряжение рыночного субъекта.

Доход всегда представлен деньгами, это значит, что условием его получения является эффективное участие в экономической жизни общества, сам факт получения денежного дохода есть объективное свидетельство участия данного лица в экономической жизни общества, а размер дохода – показатель масштаба такого участия.

Начнем с анализа ответов на вопрос «Как Вы думаете, Ваши знакомые представители современной российской молодежи что бы предпочли, если бы смогли выбирать?». Большинство современной российской молодежи осознает необходимость «много работать и хорошо зарабатывать» – 29 %; иметь собственное дело предпочитают 28 % молодежи; «небольшой, но

твердый заработок и уверенность в завтрашнем дне» выбирают 27 % молодежи. Это свидетельствует о том, что молодые люди проявляют беспокойство, тревожность относительно уверенности в завтрашнем дне. Менее значимым для российской молодежи является вариант «небольшой заработок, но больше свободного времени, более легкая работа» – 8 %, также 8 % респондентов ответить затруднились. Таким образом, можно сделать вывод, что в сумме лидирующие позиции активного выбора способа заработка означают расчет на свои силы и признание того, что эти способы получения заработка потребуют значительных вложений в труд. Эта преимущественная опора на собственные усилия выглядит более внушительно.

Социокультурные особенности отношения к деньгам проявляются в структуре трат, в сбережении денег, в чувствах, испытываемых к более богатым и более бедным согражданам, в проблемах уравнительного распределения. Нами отдельно в исследовании были выявлены основные способы добычи денег молодежью в короткий срок. Так, распределение ответов респондентов на вопрос «С Вашей точки зрения, каким способом знакомые Вам представители современной российской молодежи стали бы добывать деньги в короткий срок?» таково: большая часть молодежи (63 %), оказавшись в крайней нужде, будет рассчитывать на поддержку близких и доверенных людей и выберет способ «взять в долг у родителей (родственников), друзей»; 43 % молодых «устроятся на подработку/вторую работу»; 33 % молодежи «оформят кредит», а 25 % «сократят расходы».

А вот что думают респонденты о том, что выберет молодежь по вопросу «Как Вы думаете, если бы знакомым Вам представителям современной российской молодежи предложили бы гарантированный стабильный доход, предпочли ли бы они его вместо высокого разового нестабильного?». Так, 32 % респондентов считают, что молодежь сделает выбор в пользу высокого разового нестабильного дохода («определенно да») и 31 % – «скорее да, чем нет». Значительная же часть молодежи предпочитает стабильную работу с гарантированным, пусть не высоким, доходом: так, 19 % проголосовали за вариант «скорее нет, чем да» и 2 % – «определенно нет»; 16 % респондентов затруднились с ответом.

Перейдем к анализу степени активности и инициативности безработной молодежи по вопросу «Как Вы думаете, если молодой специалист неожиданно останется без работы, то что предпримет в первую очередь?». Согласно результатам нашего исследования ответы таковы: «искать любую подходящую работу» – 59 %; «подрабатывать на временной работе» – 52 %; «будет искать работу по специальности» – 39 %; «будет участвовать в конкурсах, собеседованиях, чтобы получить хорошую работу» – 27 %; «попырует открыть свое дело» – 17 %; «не будет работать, материальное положение родителей позволит содержать его» – 12 %; «пройдет переобучение на другую специальность по безработице» – 8 %; «постарается получить пособие по безработице» – 6 %.

В ходе опроса, проведенного нами, также изучалось мнение респондентов по вопросу «Как Вы думаете, согласились бы знакомые Вам представители современной российской молодежи не работать, если бы им платили пособие по безработице, достаточное для нормальной жизни?». Так, согласно результатам нашего исследования рассчитывают на помощь государства, т. е. оказавшись в ситуации, когда государство платило бы пособие по безработице, достаточное для нормальной жизни, предпочли бы не работать 53 % молодежи. Это та часть молодежи, которая имеет высокие ожидания от общества, ждет поддержки со стороны государства и обладает низкой жизненной активностью, у нее отсутствует психологическая готовность трудиться. В то же время есть те, кто рассчитывает на свои силы и обладает активной жизненной позицией, целеустремленностью (36 %).

Распределение ответов на вопрос нашего исследования «Оцените с Вашей точки зрения готовность современной российской молодежи к занятиям предпринимательством» свидетельствует о средней степени готовности молодежи к занятиям предпринимательством: «Те, кто сильно хотят стать предпринимателем и прилагают большие усилия, в скором времени добиваются своего» – 28 %; а с другой стороны, наличие серьезных препятствий [влияние административных барьеров, конкуренция (29 %) и финансовые трудности (22 %)] является сдерживающим фактором для открытия своего дела и «вхождения» в бизнес. На относительно низкую мотивацию и субъективную привлекательность выбора предпринимательской деятельности в качестве ближайшей жизненной перспективы у молодежи влияют объективные особенности состояния и развития малого и среднего бизнеса в России: рост конкуренции, предпринимательских рисков и затрат и сравнительный рост административных барьеров. Таким образом, наши данные отражают, с одной стороны, реальную готовность молодежи к предпринимательской деятельности, а с другой стороны, наличие серьезных препятствий.

В результате проведенного исследования можно сделать ряд выводов:

- 1) для большей части современной молодежи ближайшими целями и средствами достижения успеха в жизни становятся «полезные связи» (73 %), образование (68 %), «пробивные способности» (54%). Чтобы разбогатеть, в первую очередь нужны «стартовый капитал родителей, их связи, поддержка» (59 %), «высокая должность, власть, связи» (57 %);
- 2) знания большинства молодых людей (55 %) о своей профессии, по которой они обучаются, «достаточны», шансы молодежи на трудоустройство по профессии «средние» (48 %);
- 3) российская молодежь в своем подавляющем большинстве менее склонна к сбережению, накоплению («не интересуется событиями на бирже» – 82 %);
- 4) большая часть молодежи имеет устойчивые доходы, достаточные для удовлетворения широкого круга потребностей (среднее положение – 67 %); совсем не удовлетворены сегодняшним экономическим положением страны 42 %; в сознании нынешней молодежи четко выражена традиционная мотивационная установка на помощь и поддержку родственников, друзей (63 %), а также на собственные силы (43 %);
- 5) большая часть современной российской молодежи осознает необходимость «много работать и хорошо зарабатывать» (29 %).

Таким образом, результаты проведенного исследования свидетельствуют о положительной связи между социальным капиталом и установками экономического поведения выпускников вузов. Детальное изучение позволило выявить роль социального капитала в сфере накопления, потребления и формирования доходов и сделать вывод о взаимосвязи влияния имеющегося социального капитала выпускников вузов на формирование активного экономического поведения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Уровень безработицы в марте составил 5,9 % // Экономика и жизнь. URL: <https://www.eg-online.ru/news/278816/> (дата обращения: 10.10.2018).
2. Bourdieu P. The forms of capital // Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. New York: Greenwood, 1985. P. 241–258.
3. Coleman J. S. Grundlagen der Sozialtheorie. Bd. 1. München: Oldenburg, 1991.

4. Portes A. Economic Sociology and the Sociology of Immigration: A Conceptual Overview // The Economic Sociology of Immigration: Essay on Network, Ethnicity, and Entrepreneurship / ed. by A. Portes. New York: Russell Sage Foundation, 1995. P. 1–41.
5. Блок М., Головин Н. А. Социальный капитал: к обобщению понятия // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. 12. Психология, социология, педагогика. 2015. № 4. С. 99–111.
6. Гугнин Э., Чепак В. Феномен социального капитала // Социология: теория, методы, маркетинг. 2001. № 1. С. 49–56.
7. Грицаенко В. Социальный капитал и гражданское общество. М.: АСТ, 2005.
8. Беляева Л. А. Социальный капитал в России и проблемы предпринимательской деятельности // Философские науки. 2016. № 10. С. 91–106.
9. Понимание молодежи об успехе как основной характеристике человеческой деятельности в экономической сфере. URL: <https://scienceforum.ru/2013/article/2013003642> (дата обращения: 10.10.2018).
10. Можно ли в России заработать честно большие деньги // Комсомольская правда. URL: <http://kp.ru/daily/23899.3/66975> (дата обращения: 10.10.2018).
11. Отношение молодежи к деньгам и работе. Из журнала «Итоги» 21 октября и 2 декабря 1997. URL: <http://www.gwu.edu/~slavic/rdr/unit6/6-9.html> (дата обращения: 10.10.2018).
12. Зараковский Г. М., Казакова Е. К. Адаптация населения России к новым условиям и качество жизни // Психология адаптации и социальная среда: современные подходы, проблемы, перспективы / отв. ред. Л. Г. Дикая, А. Л. Журавлев. М.: Ин-т психологии РАН, 2007. С. 111–129.

A. A. Avakian
Saint Petersburg State University

THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL CAPITAL AND ECONOMIC BEHAVIOR PATTERNS OF GRADUATES

The article considers the relationship between social capital and economic behavior patterns of university graduates. The concept of social capital is defined. Sociological approach provides an opportunity to evaluate the essential role of social capital in the system of multilateral social relations. The article presents the results of an empirical study of economic behavior of university graduates that form social capital, regulating economic behavior in regard to income accumulation, consumption and generation. It is revealed that successful adaptation of graduates in the labor market, which is an important part of their social development and active economic behavior, depends on many factors. Their influence provides a particular result in the course of professional self-realization, particularly on social capital. Social capital is considered at the micro level: relationships within a family, among relatives, friends and acquaintances. The study shows a significant impact of university graduates social capital on forming active economic behavior.

Social capital, economic behavior, graduates, education, professional activity, success in life, useful contacts, income generation

УДК 316

Е. Л. Самарина, С. П. Авдошина

Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина)

ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРАКТИК УЧАЩИХСЯ: ОТ АБИТУРИЕНТА ДО СТУДЕНТА

Представлен социологический анализ тенденций трансформации образовательных траекторий старших школьников и студентов. Изучается удовлетворенность высшим образованием у молодежи в России и в сравнении с зарубежными исследованиями. В статье также представлены результаты лонгитюдного исследования старшеклассников и студентов некоторых российских вузов. Рассмотрены характерные особенности и преобладающие профессиональные ориентации. Российские студенты в целом довольны своим выбором и намерены продолжать учебу, хотя и хотели бы повысить эффективность профориентации. Будущие студенты делали свой выбор в получении образования осознанно, в рамках интересов и предпочтений. Большая часть из них не жалеет о выборе, считает свою профессию востребованной и планирует работать по специальности.

Высшее образование в России, социология молодежи, удовлетворенность образованием, эмпирическое исследование, социология образования, выбор профессии, старшая школа, студенты

Проводимая в настоящее время реформа высшего образования в Российской Федерации, целью которой является повышение эффективности вузов, вызвала оживленную дискуссию в научных кругах. По данным Федеральной службы государственной статистики (ФСГС) в целях экономии бюджетных средств общее число образовательных организаций высшего образования и научных организаций, осуществляющих образовательную деятельность по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры, в 2017 г. по сравнению с 2016 г. сократилось на 6,4 % (или на 52 единицы). Кроме того, увеличивается число студентов, обучающихся по программам дистанционного образования [1]. Соответственно появляется большое количество вопросов, в частности, и российские, и зарубежные ученые заявляют о необходимости оценки и анализа различных аспектов современного высшего учебного заведения. Анализ поведения социальных групп в данном контексте составляет предмет актуальных исследований социологов во всем мире, а представления о структуре и мотивах социального действия являются ключевыми аспектами многих теоретических подходов к изучению социального поведения.

С 2015 г. по настоящее время нами проводился социологический анализ тенденций трансформации образовательных траекторий старших школьников и студентов из различных регионов РФ. Для получения более полной картины исследование велось по нескольким направлениям. Во-первых, был проанализирован опыт российских и зарубежных ученых по данной тематике. Во-вторых, было проведено лонгитюдное эмпирическое исследование среди старших школьников нескольких городов России для определения потенциальных образовательных траекторий и особенностей их мотивации, а также среди студентов некоторых российских вузов, чтобы выявить, насколько изменяются их планы и что на это влияет.

Высшее образование традиционно является ценностью и способом повышения человеческого капитала. По данным ФСГС численность студентов, обучающихся по програм-

мам бакалавриата, специалитета, магистратуры, в 2017 г. составила 4245,9 тыс. чел., более миллиона абитуриентов ежегодно поступают в вузы. Согласно ст. 55 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» в 2016 г. нельзя вносить изменения в порядок приема на обучение по образовательным программам бакалавриата и специалитета после 1 сентября года, предшествующего приему на обучение по указанным программам [2]. Это значит, что уже в одиннадцатом классе школьники имеют представление об условиях приема и могут создавать свою образовательную траекторию.

В ходе изучения данной категории респондентов были опрошены ученики старших классов Ставрополя, Магнитогорска, Приозерска и Сланцев. Опрос проводился с помощью онлайн-анкетирования на платформе google.doc, при отсутствии такой возможности – на бумажном носителе. В результате было опрошено 285 чел. (N=125 в 2015 г. и N=160 в 2018 г.). Каждому школьнику предлагалось ответить на несколько вопросов в следующих тематических блоках: планируемое направление образования (техническое, гуманитарное, медицинское), оценка своих шансов на поступление, траектории географической мобильности, мотивация и планируемые профессиональные стратегии.

В условиях глобализации и развития постиндустриального общества в последние десятилетия высшее образование становится все более массовым, что, как отмечают некоторые исследователи, нивелирует его ценность на рынке труда. Высшее образование способствует трансформации основных компонентов социальной структуры общества. Как оказалось, среди всех опрошенных только 3,1 % отказываются поступать в вуз после школы. (На этом их участие в опросе оканчивалось.) Интересно, что в данном аспекте прослеживается четкая гендерная дифференциация. Все респонденты, однозначно не планирующие поступать в вуз после школы, – это юноши.

Что касается выбора будущей специальности, то мы получили данные, в достаточной степени противоречащие результатам других ученых. «Представления молодежи о будущей профессии формируются в условиях слабого развития системы профориентации в школе. Следствием становится преобладание “размытого” выбора гуманитарной направленности и недостаточный интерес к инженерным профессиям и квалифицированным рабочим профессиям» [3, с. 38]. В то же время наше исследование показало обратную картину – интерес к техническим специальностям в зависимости от пола (рис. 1). В целом же голоса разделились примерно одинаково. За техническое образование проголосовали 39,4 %, за гуманитарное – 33,1 %, за медицинское – 27,5 %. Данная тенденция может быть обусловлена реформами высшей школы последних лет и сокращением «гуманитарных» специальностей и/или факультетов в непрофильных вузах.

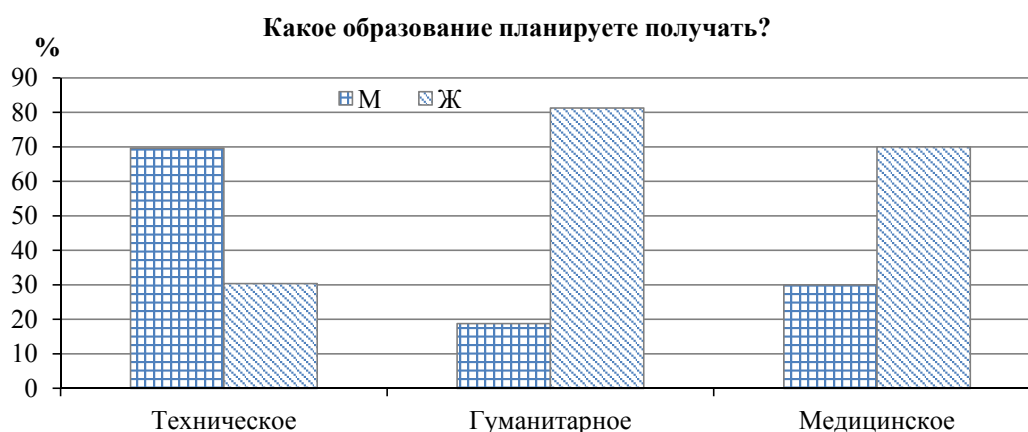


Рис. 1

Согласно опросам студентов различных вузов определяющими факторами для абитуриентов при поступлении в вузы являются: популярность вуза; престижность специальности и стоимость обучения; качество преподавания (наличие высококвалифицированного преподавательского состава); предоставление общежития; наличие военной кафедры [4].

При выборе учебного заведения велико влияние «престижности» вуза, его имиджа среди абитуриентов. Здесь в первую очередь, помимо рекламных кампаний, важны различные рейтинги и оценка работы, что представляет актуальную методологическую проблему.

Отмечается, что ранжирование вузов представляет собой сложный процесс: «...многочисленные риски, связанные с использованием результатов и методами измерений эффективности, качества и других параметров российских вузов, оставляют открытым методологическое поле данной проблемы и стимулируют поиск новых подходов к оценке деятельности современной высшей школы» [5, с. 29]. Эта тема актуальна не только для России, во многих странах проводятся эмпирические исследования с целью выявления основных тенденций в высшей школе. Например, в схожей ситуации находятся вузы в Латинской Америке. Как отмечают исследователи, важность оценки-аккредитации университетов значительно возросла в последние годы, и необходимо изучить ситуацию в вузах, чтобы разработать политику постоянного улучшения. Количество университетов значительно выросло, и это требует разработки новой политики.

Более того, в Мексике, в частности, не существует законодательства, регулирующего систему оценки и аккредитации высшего образования, но есть случаи, когда подписываются соглашения между университетами и государственными учреждениями с целью их оценки и улучшения. Министерство высшего образования Мексики предложило инициативу, поддержанную различными организациями, создало Национальную систему оценки, аккредитации и сертификации. Организации, которые поддерживают ее: Совет по аккредитации высшего образования А. С. (COPAES); Национальный центр оценки высшего образования (CENEVAL); Признание официальной валидности обучения (RVOE); Интегральная программа институционального укрепления (PIFI); Программа повышения квалификации педагогических кадров (PROMEP); Национальная система исследователей и др. [6].

Помимо внешней оценки качества образования, в мировой практике активно используется изучение удовлетворенности студентов. В Великобритании журнал «Times Higher Education» уже одиннадцать лет проводит опрос студентов, по результатам которого составляется рейтинг английских вузов по нескольким показателям: общий итог, безопасность, уровень проживания, уровень жизни студентов, связь с производством, атмосфера и общественная жизнь, оборудование и т. д. Ежегодные результаты основаны на ответах более 20 тыс. студентов, которых попросили описать, как их университет способствовал положительному или отрицательному опыту по семибалльной шкале, от «полностью согласен» до «категорически не согласен». С 2005 г. вопросы остались без изменений, что позволило проводить сравнения по годам [7].

В Европейском союзе существуют десятки организаций, особенно в связи с проектом академической мобильности Erasmus, на постоянной основе изучающие студентов и их отношение к различным аспектам образовательной деятельности. Более того, есть уже готовые онлайн-платформы, такие как sogosurvey, для изучения удовлетворенности обучением в университете, либо курсом, либо даже новым преподавателем. Они предоставляют шаблоны опросов для проведения анализа.

Очень интересен опыт Австралии, где данные исследования проводятся при поддержке правительства. Информация о результате опроса об опыте студентов (SES) публикуется для всеобщего доступа на веб-сайте QILT. SES является единственным всесторонним опросом нынешних студентов высших учебных заведений в Австралии. Более 200 тыс. студентов из австралийских вузов приняли участие в нем в 2017 г. Опрос предназначен для сбора информации, которая поможет как высшим учебным заведениям, так и правительству улучшить результаты преподавания и обучения, а также для отчетов по многим аспектам опыта учащихся. Он финансируется Правительственным департаментом образования и обучения Австралии, а в 2017 г. опросом руководил Центр социальных исследований. Помимо качества образования здесь представлена информация о дальнейшем трудоустройстве студентов, удовлетворенности полученным образованием уже получивших диплом специалистов через четыре месяца после окончания учебы, а также о степени удовлетворенности работодателей молодыми сотрудниками [8].

В США наиболее крупными подобными проектами являются Национальное исследование вовлеченности студентов (NSSE) и исследование «Опыт студентов в исследовательских университетах (SERU)». Существуют другие частные инициативы подобных исследований. Например, компания «Ruffalo Noel Levitz» работает именно в данном направлении. Ими было проведено национальное исследование более 600 тыс. студентов в почти 900 колледжах и университетах. В отчете рассматриваются данные по этнической принадлежности, полу, взрослым и онлайн-учащимся, аспирантам и т. д. Новые общенациональные данные показывают, какие демографические группы студентов недовольны качеством получаемого образования. В этот отчет включены общий уровень удовлетворенности студентов, а также в зависимости от формы обучения – суммарная удовлетворенность для отдельных демографических групп населения, включая пол, возраст, расу/этническую принадлежность, класс, статус занятости и другие переменные. Опрос проводился в течение трехлетнего периода с 2015 по 2018 г. [9].

Российские исследователи также неоднократно отмечали необходимость внедрения системы студенческой оценки качества образования в систему менеджмента организаций высшего образования. Например, по результатам одного опроса обучающихся относительно их уровня удовлетворенности условиями образовательного процесса в вузах в разное время было выявлено, что наиболее проблемными по их мнению показателями являются доступность прохождения производственной практики и работа бизнес-инкубаторов (технопарков, МИПов) [10]. Еще один опыт серьезного российского исследования данного вопроса был получен в Костромском технологическом университете. В опубликованной статье авторы привели эмпирические данные социологического исследования по качеству образования, проведенного в этом университете в 2015 г., и динамику удовлетворенности студентов качеством образования в вузе за 5 лет. Таким образом, исследователи вовлекли в оценку качества образования потребителей образовательных услуг, и с помощью получения обратной связи от потребителей об их удовлетворенности и публикации полученных материалов авторы надеются поднять престиж университета и привлечь в вуз обучающихся [11].

Образование многими абитуриентами рассматривается как социальный лифт, который в дальнейшем поможет и поменять место жительства, что также прослеживается в полученных нами эмпирических данных (рис. 2). Практически все респонденты оценивают свои шансы поступить в вуз достаточно высоко, и только 5 % думают или уверены, что не поступят. При этом 95,6 % хотели бы поступать в вуз в другом городе, однако 13,1 % планируют поступать в вуз в своем городе. После обучения большинство собирается остаться жить в городе, в котором учились (рис. 2).

**Планируете ли остаться после окончания обучения
в городе, в котором поступаете?**

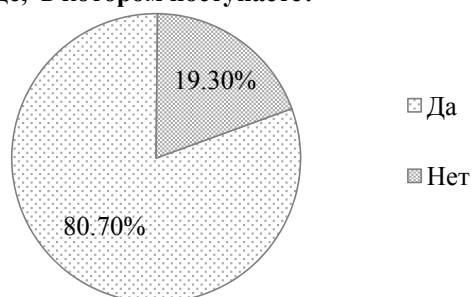


Рис. 2

На вопрос «Кто повлиял на выбор вуза?» большинство респондентов (71,3 %) ответили, что это сугубо самостоятельное решение, 22,5 % сказали, что на их решение повлияло мнение родителей (19,4 % поступают в тот же город, что и родители), и только 6,3 % ответили, что на их решение повлияли друзья или школа. При этом как на этапе поиска информации, так и при принятии решения о выборе вуза и направления подготовки невелико влияние родителей и других представителей референтных групп (друзья, учителя, преподаватели и студенты вузов). Полученные данные не совпадают с результатами других исследователей, например М. В. Рябоконь [3].

Результативность профориентационных мероприятий мы исследовали во второй части проекта при анализе данных по студентам. В опросе уже поступивших в вузы около половины наших респондентов ответили, что имеют четкие профессиональные стратегии и определились с выбором профессии. Большинство тех, кто не собирается работать по специальности, при выборе вуза руководствовались выбором родителей, легкостью поступления или же просто выбирали наугад. А более половины респондентов уже имели мнение о выбранной ими профессии, большая часть из них – представительницы женского пола. Более половины выбирали по своему интересу к специальности (36,8 %) или по интересам вообще (33,3 %). На 35,1 % респондентов повлиял выбор города, 29,8 % опираются на результаты экзаменов, 26,3 % опрошенных смотрели на престижность вуза, 15,8 % выбрали наугад, 12,3 % прислушиваются к мнению друзей и знакомых, 5,6 % не поступили в другой университет, 3,5 % – «родители решили вместо меня», 1,8 % имели целевое направление.

Больше половины респондентов (66,2 %), будучи еще на начальном этапе формирования своей профессиональной стратегии, т. е. учась в школе, планируют работать по специальности, 29,4 % затрудняются ответить на этот вопрос и только 4,4 % уже сейчас знают, что работать по специальности они не будут (рис. 3).

Планируете ли работать по специальности?

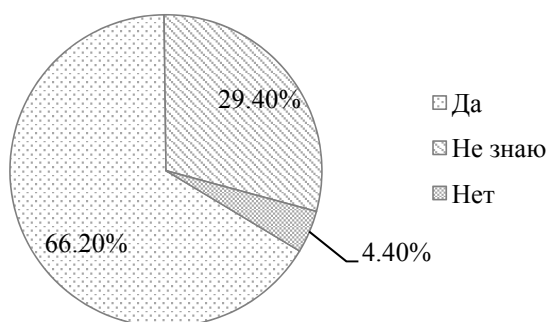


Рис. 3

Второй этап эмпирического исследования включал в себя изучение стратегий учащихся вузов (N=57 в 2015 г., N=152 в 2017 г. и N=40 в 2018 г.). Мы предприняли попытку социологического анализа некоторых аспектов соответствия ожиданий бывших абитуриентов и реальности российского высшего образования. Кроме того, нам было интересно узнать, насколько повлияла профориентация в школе на осознанный выбор профессии, помогла ли она избежать неправильного выбора специальности. Использовались онлайн-анкеты на платформах google.doc и survio. Были опрошены студенты из разных регионов России с первого по третий курсы с сохранением гендерного соотношения. Помимо тематических блоков, использованных при опросе школьников, были взяты следующие: удовлетворенность образованием и профессиональные стратегии.

Интересно, что востребованные специальности в настоящее время, по мнению студентов, следующие: технические и инженерные специальности (30 % респондентов), специалисты в сфере IT (21 %), специалисты в медицине (10,5 %), сфера маркетинга и продаж (7 %) и лишь по 5 % – специалисты узких направленностей и педагоги, а рабочие специальности набрали 3,5 % голосов.

Среди важных факторов, на которые стоит обратить внимание по результатам нашего исследования, выявлены такие: пожелания об увеличении количества практических занятий, дополнительных часах специальных предметов, получении актуальной информации, применимой к жизни, и проведении более интересных занятий. Наиболее важные высказывания респондентов по улучшению качества образования и учебного заведения следующие: около половины отметили, что необходимо больше практики, каждый пятый считает, что программа устарела, 5 % просят вести пары интереснее, 5 % волнует помощь в дальнейшем трудоустройстве. Среди остальных можно выделить пожелания об улучшении комфортности обучения, увеличении часов на специализированные предметы.

Большинство наших респондентов-студентов имеют прагматический подход к выбору профессии. Российский исследователь Н. Д. Сорокина выяснила, что основными целями получения высшего образования для молодежи в РФ являются: желание достичь успеха в жизни, хорошей профессии и материального благополучия (именно в данной последовательности), и наши респонденты-студенты подтверждают данную мотивацию [12]. Как и у других исследователей [3], в нашем опросе основными составляющими ценностно-рационального компонента в поведении абитуриентов выступают: ориентация на престижность и статус вуза; субъективная ценность высшего образования; субъективная ценность мнения социального окружения о вузе. В то же время главными целерациональными компонентами поведения опрошенных являются: желание получить востребованную профессию и последующее трудоустройство; реализация содержательного интереса к образованию. Наиболее значимыми факторами выступили такие: во-первых, смогут ли они учиться и работать в выбранной отрасли, во-вторых, финансовый вопрос. Четверть ответили, что наиболее значимым при выборе профессии стало ее соответствие их способностям и умениям, а также еще одна четверть отметила, что главное – высокий доход. Интересен ответ одного респондента на данный вопрос: «Армия не дает возможности ни поработать после школы, чтобы решить финансовые трудности в семье, чтобы нормально учиться, ни пересдать экзамены на свежую голову. Целый год “аутизма” в молодом возрасте имеет огромное негативное влияние на любого молодого человека. Избавление от обязательного призыва приведет к тому, что абитуриенты будут реже выбирать то, чего они не хотят, но вынуждены выбрать» (1-й курс, мужчина).

В целом, полученные результаты показывают, что характер мотивации студентов 1–3-го курсов является вполне адекватным их учебной деятельности.

Большинство респондентов при поступлении выбрали то, что им интересно. Примерно одна треть опрошенных поступила в вуз ради диплома, и примерно столько же опрошенных выбирали специальность, руководствуясь материальной стороной вопроса. Примерно 5 % опрошенных поступили в вуз по иным причинам. Удивительно, что 10 % опрошенных выбрали направление наугад. Это больше тех, на кого повлияли родители, и тех, кто руководствовался тем, насколько легко поступить.

Женщины в основном руководствуются тем, насколько профессия соответствует их умениям и возможностям. Чуть менее важны высокий доход и возможность реализовать свой потенциал. Для мужчин самый главный критерий – это высокая заработная плата. Также важны творческий характер профессии и ее соответствие способностям и умениям. Примерно одинаковое количество мужчин и женщин хотят приносить больше пользы обществу (рис. 4).

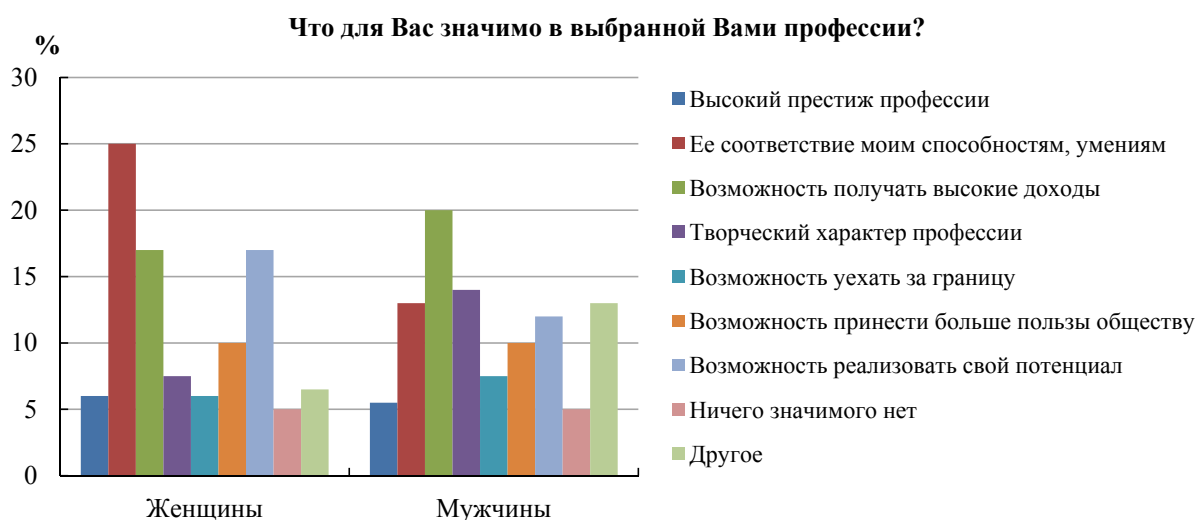


Рис. 4

На вопрос, что является значимым в выбранной профессии, были получены следующие ответы. На первом курсе опрошенным важен высокий уровень дохода. Чуть меньше их волнует соответствие их умениям и способностям. На втором курсе студенты начинают задумываться о том, что хотят принести больше пользы обществу. На третьем курсе на первый план выходит соответствие их умениям и способностям. Начиная с четвертого курса, людей начинают волновать другие аспекты при выборе профессии.

Для технических специалистов наиболее важны высокий доход и соответствие способностям и умениям. Для гуманитарных специальностей – соответствие способностям и умениям и возможность реализовать свой потенциал. Для тех, кто выбрал общественные науки, важны высокий доход и возможности для самореализации. Для естественно-научного направления приоритетной является потребность принести больше пользы обществу.

Лишь менее 15 % среди первокурсников после полугода учебы недовольны своим выбором, причем большинство из них – представительницы женского пола. Что касается продолжения образования, то около 35 % не избрали бы эту специальность снова, причем большинство из них – женщины. В мотивационной сфере наблюдается преобладание мотива приобретения знания и получения диплома. Мотив приобретения знаний в целом по группе выражен на высоком уровне, что говорит о преобладании учебно-познавательного мотива, являющегося адекватным и наиболее эффективным для продуктивного обучения.

Как оказалось, проводившиеся в школе мероприятия по профориентации, по мнению опрошенных, в основном были неэффективны и не помогли им с выбором. Тем не менее

три четверти всех респондентов считают, что подобные занятия необходимы. Исследования некоторых российских ученых подтверждают это мнение. Например, Е. Кузьмина пишет о том, что ее исследование подтверждает, что вузы способны повлиять на качество подготовки абитуриентов не только повышением требований на вступительных экзаменах, но и в период их обучения в школе [4]. Она упоминает о том, что наиболее важной информацией для абитуриентов служат: перечень специальностей и факультетов, условия приема, формы обучения, стоимость обучения, история вуза и его традиции.

Большинство ответили, что профориентационные мероприятия в школе проводились, хотя об их результативности отзываются достаточно негативно (рис. 5). Количество профориентационных мероприятий в школах за последние пару лет выросло, но они по-прежнему являются малоэффективными. Несмотря на это, большинство респондентов считают их необходимыми (рис. 6).

Помогла ли Вам профориентация?

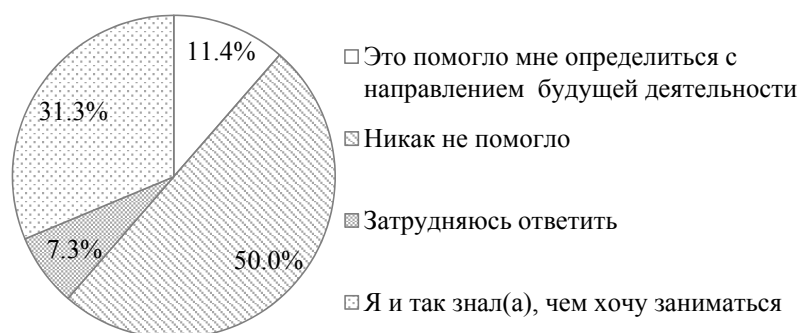


Рис. 5

Как Вы считаете, нужно ли вообще проводить профориентационные мероприятия в школе?

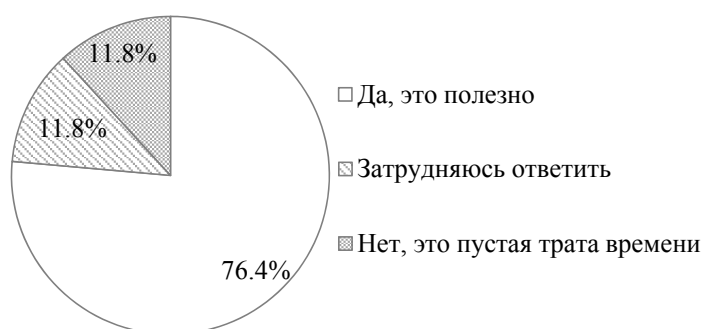


Рис. 6

Мужчины больше удовлетворены своим выбором. Количество довольных и недовольных на всех курсах распределено примерно поровну. Количество довольных и недовольных среди представителей разных профессий примерно одинаковое (рис. 7). В зависимости от успеваемости удовлетворенность выбранной профессией снижается, а недовольство растет.

Тем не менее в основном студенты считают, что должны доучиться, несмотря на свое нежелание. На втором месте респонденты, которые хотели бы бросить, но боятся неизвестности. Небольшой процент опрошенных уже бросили учебу и выбрали что-то другое. Наблюдается давление общества. В основном, студенты думают о том, чтобы бросить, на естественно-научном направлении. Среди тех, кто затрудняется определить новое направление, большинство считают, что должны доучиться, либо хотят бросить, но не могут из-за давления со стороны.



Рис. 7

В основном, чем ближе к выпуску, тем больше люди разочаровываются в выбранной профессии. Среди тех, у кого мнение изменилось в лучшую сторону, больше всего представителей гуманитарных наук. Среди мужчин и женщин результаты примерно совпадают. Примерно у половины мнение не изменилось.

Большинство собирается работать по специальности (рис. 8). Чуть меньше людей, которые допускают возможность сменить сферу деятельности, особенно среди студентов технических специальностей. Среди молодых людей большее количество работающих по специальности, чем среди девушек. Довольно маленький процент респондентов не задумывается о будущем, в основном это представители общественных и естественных наук. Ближе к 4-му курсу все больше респондентов задумываются о будущем, но испытывают сомнения по поводу выбранной специальности. Среди отличников большее количество тех, кто собирается работать или уже работает по специальности. Чем хуже оценки, тем больше респонденты подумывают о смене сферы деятельности.

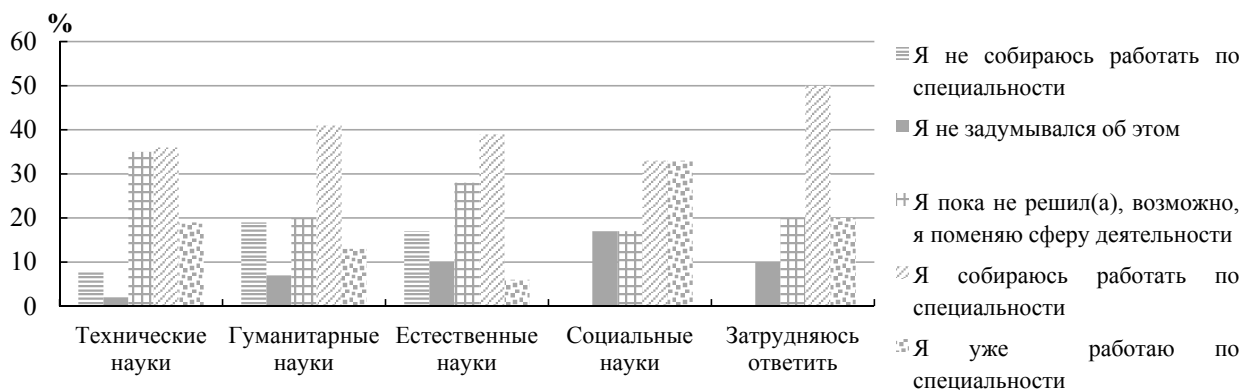


Рис. 8

Подводя итог, можно сказать, что, в отличие от исследований студенчества, проводимых европейскими, американскими и австралийскими организациями, в России исследования еще недостаточно распространены, чтобы они серьезно могли влиять на оценку качества высшего образования в стране. Что касается проведенного нами исследования, то российские студенты в целом довольны своим выбором и намерены продолжать учебу, хотя и хотели бы повысить эффективность профориентации. Будущие студенты делали выбор в получении образования осознанно, в рамках своих интересов и предпочтений. Большая часть их не жалеет о своем выборе, считает профессию востребованной и планирует работать по специальности.

В наше исследование не попали выпускники вузов. Тем не менее представляется интересным упомянуть в заключение о выводах, полученных Институтом социологии РАН:

«...факт использования либо неиспользования специализации полученного высшего образования не сильно сказывается на том, в какой степени получает применение уровень квалификации, равный вузовской подготовке. И в том и в другом случае она оказывается высокой» [13, с. 188]. Соотношение специалистов, работающих по специальности или нет, примерно одинаково. Можно лишь отметить, что среди первых больше руководителей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Сайт Федеральной службы государственной статистики. Образование. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/education/ (дата обращения: 12.01.2019).
2. ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» от 26.12.2012 г. № 273-ФЗ (с изменениями на 01.09.2016 г.).
3. Рябоконь М. В. Социальные компоненты поведения абитуриентов (на примере классического университета): дис. ... канд. социол. наук / Нац. исслед. Нижегород. гос. ун-т им. Н. И. Лобачевского. Нижний Новгород, 2017.
4. Кузьмина Е. Профориентация: эффективность и качество // Высшее образование в России. 2002. № 3. С. 24–31.
5. Строгеецкая Е. В. Оценка деятельности университетов в контексте вызовов и рисков современной высшей школы России // Власть. 2013. № 5. С. 26–29.
6. Botello J. Á., Chaparro E. M. S., Pérez D. E. R. Estudio de la satisfacción de los estudiantes con los servicios educativos brindados por Instituciones de Educación Superior del Valle de Toluca // REICE. 2015. Vol. 13, no 2. P. 5–26. URL: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5124134> (дата обращения: 12.12.2018).
7. The Student Experience Survey 2018 results. URL: <https://www.timeshighereducation.com/student/news/student-experience-survey-2018-results> (дата обращения: 12.12.2018).
8. Compare student experience and graduate employment. URL: <https://www.qilt.edu.au/> (дата обращения: 12.12.2018).
9. National Student Satisfaction and Priorities. URL: http://learn.ruffalonl.com/WEB2018StudentSatisfactionandPrioritiesReport_LandingPage.html (дата обращения: 12.12.2018).
10. Зотова В. А. К вопросу о внедрении студенческой оценки качества образования // European Social Science J. 2017. № 1–2. С. 29–35.
11. Киселева М. В. Вовлечение обучающихся вуза в оценку и повышение качества образования // Вестн. КГУ им. Н. А. Некрасова. Сер.: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2016. Т. 22, № 3. С. 142–147.
12. Сорокина Н. Д. Перемены в образовании и динамика жизненных стратегий студентов // Социол. исслед. 2003. № 10. С. 56–57.
13. Чередниченко Г. А. Образовательные траектории и профессиональные карьеры (на материалах социологических исследований молодежи). URL: http://www.isras.ru/files/File/publ/Cherednichenko_Obrazovat_traektorii.pdf (дата обращения: 10.01.2019).

E. L. Samarina, S. P. Avdoshina
Saint Petersburg Electrotechnical University «LETI»

TRANSFORMATION OF STUDENT SOCIAL PRACTICES: FROM AN APPLICANT TO A STUDENT

Sociological analysis of transformation trends of educational paths of high school seniors and students is presented. Satisfaction with higher education among young people in Russia and in comparison with foreign studies is examined. The article also presents the results of a longitudinal study of high school seniors and students of several Russian higher educational establishments. Defining characteristics and dominant career orientation have been studied. Russian students are generally satisfied with their choice and intend to continue their studies, although they would like to improve career guidance efficiency. Students are aware of perspectives and advantages and choose to obtain education. Most of them have no regrets concerning their choice, believe that their specialty is in demand and plan to work within their specialty.

Higher education in Russia, sociology of youth, satisfaction with education, empirical research, sociology of education, vocational choice, high school, students

УДК 316.7

А. М. Пивоваров, Д. В. Ткачук

Санкт-Петербургский государственный университет

КАПИТАЛИЗАЦИЯ ТЕЛЕСНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ МУЗЫКАЛЬНОМ КЛИПЕ¹

Рассматриваются вопросы капитализации телесности в контексте социологической теории Пьера Бурдье и его последователей. Представлены результаты качественного визуального анализа российских музыкальных поп-клипов с точки зрения функционирования представленных в них телесных образов в качестве физического, эротического и символического капиталов. На данном материале выявлены три основных паттерна капитализации телесности: телесная трансформация, осуществляемая с целью обозначения положения героев в социальной иерархии, регуляция символической ценности телесных образов, а также легитимация гендерных стратегий накопления и конвертации эротического капитала.

Телесность, физический капитал, эротический капитал, символический капитал, Бурдье, сексуальность, музыкальные клипы, поп-музыка, музыкальная индустрия

Изучение проблематики человеческого тела в различных социальных контекстах давно признано одним из наиболее перспективных направлений социологических (и говоря шире – социогуманитарных) исследований как с точки зрения анализа социальных изменений, так и с точки зрения развития социологической теории [1]–[3]. Пробуждению интереса к вопросам, связанным с телом человека, в социальных науках способствовали несколько направлений социальных изменений, набравших силу во второй половине XX в. [4], [5]. Самое масштабное из них состояло в формировании и расцвете общества потребления, в котором, как отмечает М. Фезерстоун, «секуляризированное тело находит все больше контекстов для демонстрации себя как внутри, так и снаружи спальни» [6, р. 177].

Углубляющиеся процессы рационализации и «расколдовывания мира» вместе с развитием технологий, массового производства товаров, потребительского кредитования [ibid., р. 172] породили упадок ценностей религиозного аскетизма, труда и служения [4], [7] и выход на передний план таких смысловых ориентиров, как гедонизм, консьюмеризм [8] и нарциссизм, означающий «появление нового типа человека с повышенным вниманием к самому себе и своему телу» [9, с. 79]. Важное место в ряду этих явлений занимает «сексуальная революция» [10], ставшая в середине XX в. важнейшей линией протеста против диктата инструментальной рациональности и пуританской морали буржуазного общества [11].

Эти и другие социальные изменения неминуемо отразились на культурной жизни обществ по всему миру, в частности, на современной массовой музыкальной культуре, «базирующейся на зрелищности, медиасредствах, коммерциализации, массовом тиражировании и потреблении» [12, с. 10]. Исследователи выделяют несколько характерных черт существующей развлекательной культуры и популярной музыки как ее разновидности [12]–[15]. Продукция музыкальной индустрии характеризуется, во-первых, глубоким проникновением технологий в индустрию, поскольку создание и распространение музыкальной продукции

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ. Проект 16-33-00020-ОГН «Сексуальность и жизненный путь: социальные траектории, модели и практики».

сегодня немислимо без цифровых и медийных технологий. Во-вторых, в эпоху лавинообразного роста качества скоростной передачи данных, возможностей цифрового телевидения и создания видеоконтента потребление музыки все чаще сопровождается зрительным восприятием, что нашло выражение в появлении термина «аудиовизуальная культура», важнейшее место в которой занимает феномен музыкального клипа. В-третьих, одной из центральных доминант содержания современной музыкальной видеопродукции является телесная ориентированность, которая проявляется в акцентировании внимания зрителя на человеческой пластике, жестикуляции, мимике, а также в активной демонстрации образов чувственности и эротического поведения.

Цель нашей статьи – изложить результаты исследования образов человеческого тела, представленных в современных российских музыкальных клипах, сквозь призму социологической теории капитала Пьера Бурдьё и его последователей. Для этого, рассмотрев телесность человека как физический, эротический и символический капитал, а музыкальный клип – как часть современной музыкальной индустрии, мы попытаемся выявить и описать существующие паттерны капитализации телесности в музыкальных клипах, лидирующих в последнее время по популярности в российском сегменте поп-музыки.

Что такое капитализация телесности? Капитализацию телесности в узком смысле определяют как «феномен финансового вклада в поддержание красоты, молодости и фактурности физической оболочки» [16, с. 126]. Для того чтобы дать более широкое определение этого понятия, обратимся к понятию капитала и к описанию особенностей тех его видов, которые мы считаем релевантными избранной теме.

Капитал может быть понят как ограниченный и накапливаемый ресурс, обладающий свойствами ликвидности, т. е. способностью превращаться в денежную форму, и конвертируемости, т. е. сменяемости форм, благодаря которой воспроизводится и возрастает стоимость (возникает прибыль) [17, с. 21]. В политической экономии капитал рассматривается как ресурс хозяйственной деятельности людей. Понимание капитала в экономической социологии «выходит за собственно экономические рамки и отрывается от стоимостной основы в ее непосредственном экономическом смысле» [там же, с. 22].

Словосочетание «капитализация телесности» отсылает к социологической теории капитала Пьера Бурдьё и прежде всего – к его понятию культурного капитала в его инкорпорированном состоянии, т. е. воплощенного (существующего) в виде индивидуальных «длительных диспозиций ума и тела» [18, с. 60]. Помимо практических знаний и умений, этических представлений, эстетического вкуса и пр., инкорпорированная форма культурного капитала аккумулируется в том, что сам П. Бурдьё называет «телесным капиталом» [19, с. 46] или «физическим капиталом» [20, р. 830], который выражается в качествах «телесной схемы» [19, с. 39] – во внешности, походке, осанке, манере держаться, двигаться, говорить, потреблять пищу и др. Приобретение телесного капитала связано с наложением культурных паттернов на природные свойства тела, унаследованные от предыдущих поколений. Физический капитал в концепции П. Бурдьё тесно связан с понятием «габитус», обозначающим телесно воплощенную систему предрасположенностей, выполняющую роль посредника между существующими социальными полями (с их институциями) и активностью индивида [21]. «Бессознательность» (в смысле «нерасчетливости» и «практичности») габитуса определяется его телесной укорененностью в манерах, походке, стиле жестикуляции и мимических движений, привычках и предпочтениях в питании, гигиене, ношении одежды и пр.

Как часть культурного капитала телесный или физический капитал отличается тем, что он не может быть передан напрямую. Его природная основа наследуется, однако его формирование

требует подчас немалых индивидуальных усилий. Кроме того, в силу конечности человеческой жизни физический капитал имеет гораздо более преходящий характер, чем капитал экономический: «Его нельзя накопить независимо от способностей индивидуального агента к его приобретению; он угасает и умирает вместе со своим владельцем (вместе с его биологическими способностями, памятью и т. д.)» [18, с. 61–62]. Физический капитал не может быть куплен в том же смысле, в каком покупается экономический капитал. Родители могут оплатить образование своим детям, благодаря которому они получают возможность приобрести правильный акцент, осанку, хорошие манеры, умение танцевать, выступать публично и т. д., но это не гарантирует того, что все эти качества будут усвоены надлежащим образом. При этом даже если соответствующие телесные формы и навыки приобретены индивидом, всегда существует риск, что они перестанут быть физическим капиталом, т. е. перестанут цениться и потеряют возможность конвертации в другие виды капиталов [там же]. Так, популярность того или иного вида спорта у населения может меняться в зависимости от зарплат профессиональных спортсменов, объемов телетрансляций соревнований и т. д. и т. п. Кроме того, изменения в поле моды могут влиять на символическую ценность полноты или худобы, определенного стиля походки, манеры держаться, одеваться и пр. Актуализация и воспроизводство новых телесных ориентиров происходит в том числе и в культурных продуктах, причем вне зависимости от их отношения к высокой, низкой или средней культуре (highbrow, lowbrow, middlebrow culture) [22].

Признавая, что не существует прямой и однозначной связи между социальной позицией и телесными практиками и свойствами, П. Бурдьё был убежден, что принадлежность к тому или иному социальному классу оказывает глубокое воздействие на способы, которыми люди развивают свое тело, а также на то символическое значение, которое связывается с отдельными физическими свойствами тела, формирующими физический капитал. При этом физический капитал представителей подчиненных и доминирующих классов общества обладает разными возможностями для конвертации в другие виды капиталов [20]. Этот тезис подтверждается, в частности, и отечественными эмпирическими исследованиями [23].

Развивая идеи П. Бурдьё, сторонники идеи автономности поля (полей) сексуальности [24] предложили понятие эротического капитала, под которым понимается «качество и количество свойств индивида, которые вызывают в другом эротический отклик» [25, р. 29]. Эротический капитал как ресурс обретает свой смысл внутри сексуального поля – относительно замкнутой и автономной подсистемы социальных отношений, «в которых сексуальное желание автономизировано, половая конкуренция распространена, а сексуальная привлекательность превращается в самостоятельный критерий выбора партнеров и выстраивания их иерархий» [26, р. 54].

Поскольку сексуальное влечение у людей включает в себя эротизацию тела, поведения и эмоций, сексуальное поле обладает уникальными свойствами, в которых «капитал может принимать различные новые формы, включая физические черты, эмоциональные самопрезентации и эротизированные социокультурные стили [поведения]» [25, р. 29]. Востребованность широкого спектра методов и уровней бодимодификации – от изменения причёски, стиля одежды, бодибилдинга до хирургических операций по изменению форм тела и биологического пола, а также высокая популярность разнообразных телесных практик (танцы, йога, фитнес и пр.) – интерпретируется сторонниками теории эротического капитала как свидетельство того, что индивиды хорошо осознают возможности конвертации эротической привлекательности в финансовый, социальный или символический капиталы.

Эротический капитал согласно Еве Иллуз имеет две идеальные разновидности, коррелирующие с разными гендерными стратегиями. В своей самой простой форме эротический капитал проявляется в количестве и разнообразии сексуальных партнеров. Этот опыт является

самоценным для его носителя, будучи связанным с его самооценкой, чувством гордости и даже самореализацией. «Эта серийная сексуальная стратегия была принята и женщинами, но культурно и исторически как имитация поведения мужчин» [26, р. 57]. Второй тип эротического капитала связан с накоплением ресурсов, которые могут быть конвертированы в другие формы капитала, и в большей степени отражает «женскую» стратегию поведения в поле сексуальности. Е. Иллуз называет ее «эксклюзивистской», указывая на то, что способом накопления эротического капитала в данном случае служит не количественный перебор партнеров, а качественный подбор себе пары. В этой области, подчеркивает исследовательница, особенно для женщин, эротический капитал имеет наиболее ощутимые результаты и выгоды, поскольку брачный рынок во все времена предоставлял им возможности получить социальный статус и богатство в не меньшей степени, чем рынок труда. Отличие в этом плане современных обществ от обществ прошлого состоит в том, что «сегодняшняя социальная структура и медиакультура облегчают преобразование эротического капитала в социальный капитал» [там же].

При этом не существует какой-либо главной формы эротического капитала, общей для всех сексуальных полей. Например, гетеросексуальный мужчина, ищущий собеседницу у барной стойки дорогого ресторана, скорее всего, обнаружит, что подтянутая и ухоженная внешность и благовоспитанный стиль поведения будут являться оптимальной «валютой» эротического капитала, тогда как тот же мужчина, оказавшись в байкер-баре, обнаружит, что та же самая «валюта» в этом месте слабо котируется. Это изменение эротической капитализации (и, в свою очередь, статуса) происходит потому, что дорогой ресторан и байкер-бар – это физические локации, организованные по логике двух совершенно разных сексуальных полей.

Любой капитал, как мы констатировали в начале, обладает свойством ликвидности, с чем соглашается П. Бурдье, утверждая, «что экономический капитал образует основу всех других типов капитала» [18, с. 71]. При том, что трансформированные виды капитала никогда полностью не сводятся к экономическому капиталу, «они оказывают свое воздействие лишь в той мере, в какой скрывают наличие в своей основе экономического капитала, который желает оставаться неузнанным» [17, с. 29]. Так, символический капитал согласно П. Бурдье является экономическим капиталом, который «добивается своего признания ценой преобразования, которое делает неузнаваемым настоящий принцип его функционирования» [21, с. 230], т. е. его связи с корыстным интересом [там же, с. 248].

У П. Бурдье существует также качественно иная трактовка символического капитала, давшая комментаторам основания определять это понятие как «способность человека к производству мнений» [17, с. 28] или как «разновидность социального капитала, связанную с обладанием определенным авторитетом, репутацией» [27, с. 115]. Мнения лиц, обладающих «легитимной компетенцией» [17, с. 28], в обезличенном институционализированном виде глубоко «зашиты» в нормативную структуру социальных полей и влияют на ее трансформацию. Функционирование любого капитала зависит от социального признания его ценности, поэтому «все прочие виды капитала зависят от символического капитала» [там же] прежде всего тех лиц, которых можно назвать «законодателями моды» или «лидерами мнений».

Символический капитал в этой трактовке, по П. Бурдье, существует в двух вариантах. Диффузный символический капитал «основан на одном только коллективном признании» [28, с. 239]. Люди, обладающие им, считаются в общественном мнении экспертами, гуру, наставниками, лидерами и пр. Объективированный символический капитал является «кодифицированным, делегированным и гарантированным государством, короче – бюрократизированным» [там же], иными словами – закрепленным в виде титулов, званий и пр., подкрепленных официальными приказами и сертификатами.

Физический и эротический капиталы содержат символическую составляющую в обоих смыслах. Так, например, звезды спортивных соревнований или победители всевозможных конкурсов красоты (типа «Мисс Вселенная») обладают объективированным символическим капиталом. Диффузным символическим капиталом обладают, например, те, чья привлекательность основана на различии в их телесном облике и поведении символов престижности, «стильности», напоминающих об их принадлежности к группе, обладающей определенной репутацией. «Неузнанно-признанная» [21, с. 239] природа символического капитала в этом случае проявляется в том, что осознанное или неосознанное возникновение (или невозникновение) кредита доверия со стороны воспринимающей публики зависит от того, в какой мере у нее отсутствует ощущение, что эти символы используются с «тайным» умыслом получить выгоду.

Демонстрацию (в частности, в видеоклипах) образцов телесного облика и способов обращения с телом в терминах П. Бурдьё можно рассматривать в качестве инструмента власти символического насилия, «которой удастся навязать значения и заставить признать их легитимными» [29, с. 39], причем сделать это так, чтобы «заставить забыть о себе вообще» [там же, с. 49]. П. Бурдьё отмечает, что коммуникация, с помощью которой осуществляется символическая власть, может не нести почти никакой новой информации, однако всегда несет сообщение о своей легитимности и легитимности своих носителей – авторитетных лиц и учреждений, «структура [отношений] которых выражает в собственной логике состояние распределения сил между группами и классами» [там же, с. 50–52]. При этом символическая власть действует успешно в той мере, в какой она опирается на имеющиеся диспозиции и ожидания своей аудитории. Иными словами, всякое действие символического насилия может быть успешным при условии, что его агенту (подчас молчаливо) делегировано право на символическую власть со стороны групп, по отношению к которым эта власть осуществляется [там же, с. 55].

Подводя итог сказанному, можно опереться на слова Жана Бодрийяра, который отмечал, что в обществах потребления «тело является объектом инвестиций», которые окупаются через «реализацию нормативного принципа наслаждения и гедонистической рентабельности», а также через приобретение и обозначение социального статуса. Тело функционирует «в качестве инструмента наслаждения и показателя престижа» [8, с. 170–171]. Капитализация телесности индивида осуществляется с помощью «нарциссических вложений» разнообразных ресурсов в эротический и физический капитал и возвращение этих вложений в виде материальных и символических прибылей.

Капитализация телесности в клипе, с одной стороны, предполагает сюжетную визуализацию процесса преобразования тела индивидов и получения тех или иных выгод (достижения «успеха»), а с другой – заключается в создании средствами видеоизображения таких телесных образов, привлекательность и престижность которых (эротический и физический капитал) могут (потенциально) повысить количество просмотров и тем самым принести его создателям бо́льшую экономическую прибыль.

Музыкальный клип как часть музыкальной индустрии. В постиндустриальном обществе музыка, по мнению некоторых исследователей, становится одной из лидирующих разновидностей культурного потребления [30]. Она тиражируется в популярных и широко распространенных форматах музыкальных записей (как на физических носителях, так и в качестве цифровых копий), через потоковое вещание, а также принимает гибридные формы, такие как музыкальный клип. Джон Сибрук, иронично подмечая ее повсеместность, приходит к выводу о том, что сегодня слушатель может совершать абсолютно все повседневные действия под аккомпанемент музыки из плейлистов, подобранных под конкретные эмоциональные состояния (грусть, радость, злость) и занятия (работа, учеба, прием пищи в романтической обстановке или бизнес-ужин) [31, с. 289].

Музыкальная индустрия – одна из ключевых культурных индустрий, характеризующихся выпуском «культурных» товаров и услуг, особенность которых состоит в том, что они «предполагают креативность при их производстве, в определенной степени воплощают интеллектуальную собственность и передают символическое значение» [32, с. 159]¹. Д. Хезмондалш обращает внимание на то, что культурные индустрии занимаются «промышленным» (поставленным «на поток») производством и распространением «текстов», т. е. артефактов, создаваемых главным образом в целях коммуникации и интерпретации, а не для иных функций [33, с. 27–28].

Музыкальная индустрия – центральный «поставщик» музыкально-художественных продуктов – нацелена на массовый выпуск коммерческих музыкальных продуктов, которые приносят прибыль всем, кто задействован в их создании и распространении. Сегодня в глобальной музыкальной индустрии все сильнее превалирует распространение музыки через потоковые сервисы («стриминг» музыки), а наша страна стала территорией, лидирующей в плане музыкального стриминга [34]. Стриминговые сервисы, такие как Yandex Музыка, Apple Music, ВКонтакте или недоступный на территории России Spotify, предлагают плейлисты, как подобранные отдельными пользователями или известными лицами, так и компилируемые с помощью математических алгоритмов. Слушание музыки плейлистами сегодня постепенно вытесняет альбомное слушание [31, с. 289–290]. «Макдональдизация» [35] производства и потребления музыки приводит, например, к тому, что музыканты, продюсеры и дистрибьюторы работают на выпуск и продвижение не альбомов как целостных музыкальных работ (как это преимущественно было в доцифровую эпоху), а отдельных треков, которые как можно быстрее должны стать хитами [31]. Музыкальный клип в данном контексте может рассматриваться как один из инструментов продвижения музыкального хита или же в качестве самого хита².

Сегодня российскую поп-индустрию можно условно разделить на два больших сегмента. Первый – консервативный полюс исполнителей, как правило, начавших музыкальную деятельность не позднее 1990-х гг. Их присутствие в медийном пространстве обеспечивается традиционными СМИ (в первую очередь – федеральными телеканалами).

Поп-исполнители, о которых пойдет речь в дальнейшем, относятся ко второму сегменту: контент, который они выпускают, распространяется в первую очередь через «новые медиа», или, иначе, «социальные медиа». Заметим, что вне зависимости от площадок распространения поп-музыкального контента массовая популярная музыка в России в основном аполитична и нацелена прежде всего на развлечение своей аудитории [13].

Паттерны капитализации телесности в российских музыкальных клипах. В настоящей работе в качестве объекта анализа выступили 20 самых просматриваемых российских музыкальных видеоклипов (таблица) в жанре «поп» по состоянию на декабрь 2018 г.³, размещенных на интернет-платформе YouTube, которая на текущий момент является крупнейшим сервисом по распространению музыкального видеоконтента⁴. В качестве предмета нашего исследования выступили паттерны капитализации телесности, присутствующие в музыкальных

¹ При этом разные аспекты культурных индустрий выдвигаются разными авторами на передний план, и таким образом возникают синонимические понятия – «креативные индустрии», «индустрии копирайта» и др.

² В отношении большей части музыкальных продуктов сложно однозначно сделать выводы о первичности музыкального видео или музыкальной композиции в системе продвижения музыкальных продуктов.

³ Фактически клипы, вошедшие в топ-20 декабря, являются самыми популярными за весь 2018 г.

⁴ Согласно отчету IFPI (Международной федерации производителей фонограмм) за 2018 г. 52 % всего мирового онлайн-стриминга музыки приходится на видеоконтент, причем 47 % реализуется именно через YouTube [31, с. 14–15].

видеоклипах. Мы полагаем, что образы отражают процесс легитимации определенных паттернов привлекательности и престижности, в том числе происходящей путем сексуализации тела и придания ему престижных физических свойств.

№	Исполнитель – Название	Количество просмотров, млн	Год	Тип
1	Miyagi, Эндшпиль Ft. Рем Дигга – I Got Love	243	2017	Перформативный
2	Алексей Воробьев – Сумасшедшая	217	2015	Нарративный
3	Время и стекло – Имя 505	209	2015	Танцевальный
4	Натали и Donni – Ты такой	208	2016	Нарративный
5	Open Kids, Quest Pistols Show – Круче всех	204	2016	Танцевальный
6	Грибы – Тает лед	199	2017	Перформативный
7	Максим Фадеев и Наргиз – Мы вдвоем	192	2017	Перформативный, нарративный
8	Feduk и Элджей – Розовое вино	191	2017	Перформативно-танцевальный
9	Тимати и Егор Крид – Где ты, где я	189	2016	Нарративный
10	Тимати и Оркестр Радио Рекорд – Баклажан	169	2016	Нарративный
11	Егор Крид – Будильник	144	2015	Нарративный
12	Время и стекло – На стиле	139	2017	Танцевальный
13	Время и стекло – Тролль	138	2017	Нарративный
14	Ленинград – Экспонат	138	2016	Нарративный
15	Егор Крид – Самая-самая	135	2014	Нарративный, перформативный, танцевальный
16	Время и стекло – Навернопотому что	128	2016	Танцевальный
17	Лобода – Твои глаза	127	2016	Нарративный
18	Сергей Лазарев – Это все она	127	2015	Нарративный, танцевальный
19	Наргиз – Ты моя нежность	120	2015	Перформативный
20	Полина Гагарина – Кукушка	114	2015	Нарративный

В одной из предыдущих публикаций [36] на основании ста наиболее просматриваемых музыкальных видео в мире нами была предложена следующая классификация клипов, основанная на различиях в композиционных решениях: *нарративные* (повествовательные, сосредоточенные на определенной истории), *перформативные* (демонстрирующие перформанс, или исполнение самой музыкальной композиции) и *танцевальные* (центральным элементом таких клипов является танец или танцы). Клипы, объединяющие сразу несколько композиционных решений, мы обозначили как *смешанные*. Подчеркнем, что эта классификация применима именно к массовой музыке. В отношении андеграунда¹ и некоторых иных аудиовизуальных продуктов определение конкретной композиционной принадлежности нам представляется невозможным.

Проведенный анализ показывает, что ценность телесности как физического капитала действительно отличается у представителей различных социальных классов и слоев не только в реальной жизни (как это было показано в других исследованиях [23]), но и в визуальном пространстве продуктов массовой культуры. Различия в представленных в них телесных схемах, а также в возможностях капитализации их телесных свойств достаточно хорошо видны в проанализированных нами музыкальных видеоклипах.

¹ Под андеграундом понимаются музыкальные локальные направления внутри существующих жанров (например, панк-рок, рэп, экспериментальная музыка), зачастую имеющие контркультурный или субкультурный характер, развивающиеся по пути, отличному от «мейнстрима», и рассчитанные на очень узкую аудиторию. Деятельность андеграундных музыкантов лишь отчасти пересекается с музыкальной индустрией. Более того, на первый план выходит не коммерциализация музыкальных продуктов, а сам творческий процесс и аккумуляция социального капитала.

Нам представляется возможным выявить основные телесные элементы, посредством которых демонстрируется положение в социальной иерархии героев проанализированных нами клипов. Практически во всех музыкальных видео телесность используется в качестве демонстрационного элемента социальных различий между героями повествования; наиболее четко это можно проследить в видео «Это все она», «Ты такой», «Самая-самая», «Экспонат».

В видеоклипе «Экспонат» группы «Ленинград» продемонстрирован яркий пример рационального использования телесного капитала и изменения некоторых внешних атрибутов с целью симуляции принадлежности к определенному социальному «классу». В начале клипа героиня беседует по Скайпу с мужчиной, потенциальным партнером, пытается репрезентировать себя как девушку с аккумулированным экономическим («дочь богатых родителей»), культурным («художница») и социальным («всего добиваюсь сама») капиталом в запасе. Для презентации себя как представительницы элит героиня использует как дополнительную атрибутику в виде одежды и обуви, так и довольно радикальную модификацию собственного тела (активное похудение с помощью рвоты, депиляция и т. д.) для того, чтобы соответствовать стандартам красоты из модных журналов. Проиллюстрирована также избирательность в выборе одежды (в итоге выбор был сделан в пользу образа девушки из журнала моды), направленная на демонстрацию как можно более высокого социального положения.

В нарративно-танцевальном видео комедийного характера «Это все она» сюжет выстраивается вокруг завоевания богатой женщины стереотипизированным студентом. Находясь в окружении своих товарищей, главный герой видеоклипа сосредоточен на коммуникации с ними, но в тот момент, когда его действия становятся направлены на коммуникацию с заинтересовавшей его женщиной, он и его друзья телесно преображаются. В видео присутствует краткосрочная «волшебная» трансформация «студентов» в представителей условного класса «золотой молодежи». Заметим, что в моменты этой «метаморфозы» полностью изменяется телесная схема всех героев-мужчин: одежда и атрибутика (белые рубашки, очки, рюкзаки, короткие шорты, учебники сменяются на черные деловые костюмы, галстуки), манеры (стеснительность и скрытность меняются на настойчивость), телодвижения (скованные меняются на открытые).

Сосредоточение на вопросах телесности создателями музыкальных клипов объясняется не только тесной взаимосвязью между музыкой и сексуальностью в широком смысле этого слова, но и потенциальной высокодоходностью таких видео благодаря острым и «цепляющим» (eye-catching) зрителя образам. С другой стороны, телесность выражает не только эротические смыслы, она позволяет легитимизировать символическое превосходство одних телесных типов над другими, ведет к изменению представлений о физическом облике представителей различных социальных классов, к разграничению между «успешными» и «неудачниками».

«Успешные» мужчины используют единую стратегию в отношении заинтересовавших их женщин (так называемая агрессивная маскулинность), однако в остальном их телесные схемы отличаются большим разнообразием и включают в себя самые различные телесные модели – от условно спортивного и/или астеничного молодого мужчины (например, солист группы «Время и стекло», герои нарративов в «Твои глаза») до взрослого эндоморфного героя (М. Фадеев и Donni).

В проанализированных клипах подробно нарративизируется телесная привлекательность «успешных» героинь. За счет определенных маркеров (одежда, манеры поведения, мимика) они становятся объективизированными и желанными. Большую роль играет их возраст: в основном, увиденные нами «успешные» героини клипов младше 40 лет (за исключением исполнительницы Натали). «Неуспешные» представительницы зачастую воспроизводят в своих телесных схе-

мах императив «репродуктивных тел» [37, с. 135]: наряду с героями-мужчинами – представителями нижних социальных слоев, женщины-«неудачницы» почти всегда крупнее «успешных», занимающих более высокое социальное положение. «Неуспешные» женщины и мужчины, занимающие более низкое социальное положение, часто носят форменную одежду (для женщин – форма официанток, продавщиц, для мужчин – спецодежда рабочих).

Другим частым приемом привлечения внимания зрителя, используемым в первую очередь в танцевальных видео, является телесно-трансформационная игра, когда тело становится элементом эстетизируемого пространства клипа, наравне с предметами, например, боксерскими грушами, телевизором и даже грузовыми автомобилями. К примеру, в клипе «Имя 505» тело объективируется, становится механическим, трансформирующимся в один из элементов этой игры. Создатели видео используют быстрый клиповый монтаж, в котором движение одного героя плавно перетекает в следующее движение уже иного героя или героини. Телоцентричность подачи, на наш взгляд, коррелирует с танцевальным характером музыки и клипов, акцентируя внимание на ритмах и телесности.

Как было отмечено выше, капитализация телесности может происходить в том числе за счет коррекции определенных частей тела, в некоторых случаях достаточно радикальной. Речь идет не только о таких бодимодификациях, как татуировки или пирсинг, но о различных способах коррекции тела в соответствии с определенными стандартами, осуществляемой с помощью диет, фитнеса и косметической хирургии. Заметим, что такие телесные практики самодисциплины, самоограничения и хирургических вмешательств в структуралистски ориентированной феминистской традиции принято соотносить с «интериоризацией “мужского взгляда”, объективирующего женщину и сводящего ее к телесной оболочке» [37, с. 137]. Это отчасти объясняет общую «кукольность» черт «сексуальных» женщин-героинь музыкальных клипов: телесные типы главных героинь нарративов практически идентичны, они всегда астеничного телосложения, с длинными, преимущественно светлыми волосами. К героям-мужчинам клипов эта «кукольность» применима несколько реже: их телесные типы отличаются все же большим разнообразием. Из проанализированных видеоклипов единственный пример мужского персонажа с гипертрофированно искусственными чертами можно наблюдать в видео «Твои глаза»: его глаза увеличены с помощью компьютерной графики и напоминают мультипликационные.

Для легитимации власти той или иной социальной группы сегодня, как правило, успешно применяется символическое насилие, заключающееся в навязывании через различные каналы, в том числе продукты массовой культуры, представлений о символических (статусных) значениях не только вещей или инкорпорированных форм культурного капитала, но и телесных схем. Символический капитал закрепляется и определяется лидерами мнений и медийными фигурами, в число которых входят и известные исполнители и звезды шоу-бизнеса. Мы полагаем, что отображение идеализированных представлений о телесной схеме «успешных» людей в музыкальных популярных видео является разновидностью символического насилия (см. [29]), с помощью которого произвольно избранные образцы позиционируются как объективно данные и абсолютные. Соответственно, количество просмотров музыкальных клипов может свидетельствовать об условной степени влияния этого продукта на актуальное социокультурное пространство.

Через любые продукты массовой культуры, в том числе через музыкальные клипы, таким образом происходит символическая легитимация образцов поведения, к примеру, гендерных стратегий использования эротического капитала. Как мы уже отмечали, Е. Иллюз выделяет количественную стратегию, связанную с числом и разнообразием сексуальных партнеров, которую условно можно отнести к «мужской», и «эксклюзивистскую» стратегию,

закрывающуюся в тщательном отборе партнера и в большей степени относящуюся к женщинам. Например, в клипе «Будильник», нарратив которого, по сути, является отсылкой к фильму «День сурка», герой просыпается каждое утро и повторяет события предыдущего дня. Единственное, что меняется, – его партнерши, с которыми он проводит ночь и которые покидают его наутро. В конце концов, он находит единственную девушку, отличающуюся от его обычных партнерш (одинаковых по своему социальному положению и поведению), и остается с ней. Количественная стратегия поиска не осуждается, наоборот, она приводит к эффективному результату.

В клипе этого же исполнителя «Где ты, где я» «неправильному» поведению героини-женщины, которая встречается с разными мужчинами для того, чтобы получать дорогие подарки, противопоставляются традиционные семейные ценности и мужская дружба. Кульминационной точкой и окончательным поражением стратегии большого количества партнеров в жизни женщины можно считать финал клипа, в котором «распутную» героиню сбивает машина, а счастливые друзья показаны в окружении жен и детей. В тех музыкальных клипах, где «эксклюзивистская» стратегия была выбрана героями-мужчинами в отношении женщин (например, «Это все она», «А ты такой» или «Сумасшедшая»), клипы носили отчетливо иронический или юмористический характер. Гендерная определенность стратегии реализации эротического капитала не означает, что они не могут быть применены *vice versa*. Однако в проанализированных нами музыкальных клипах обратное применение стратегий либо освещалось в ироническом ключе (особенно в тех, где «эксклюзивистская» стратегия была выбрана героями-мужчинами в отношении женщин, например, «Это все она», «А ты такой» или «Сумасшедшая»), либо же символически порицалось («Где ты, где я»).

Заключение. Итак, в проанализированных популярных музыкальных видео нами были обнаружены три основных паттерна капитализации телесности. Первый из них соотносится с мотивом телесной трансформации с целью симуляции (или обозначения) принадлежности к такой социокультурной группе, которая расположена относительно высоко в социальной иерархии и принадлежность к которой считается высоко престижной. Телесное «преображение» осуществляется как посредством «приклеивания» определенных атрибутов (одежда, украшения и т. д.) к телесной схеме индивида, так и с помощью прямой трансформации телесности (бодимодификации, диеты, пластическая хирургия).

Второй паттерн капитализации телесности в клипах заключается в повышении символической ценности одних образов человеческого тела и в снижении символической ценности других. Популярные музыкальные видео осуществляют закрепление представлений о телесных схемах, маркируемых как «престижные» и «успешные» или, наоборот, как «непрестижные» и «неуспешные». Использование этих символически легитимизированных телесных схем в виртуальном или реальном социальном пространстве способно в дальнейшем приносить те или иные прибыли их обладателям.

Третий паттерн связан со вторым, но относится не просто к телесным схемам (обозначающим уровень физического капитала), а к моделям эротического поведения, а именно к их символической капитализации. Музыкальные видео, имеющие сотни миллионов просмотров, закрепляют и легитимизируют в сознании своей аудитории гендерно обусловленные стратегии накопления и конвертации эротического капитала. В качестве «успешной» маскулинной модели поведения выступает стратегия количественного перебора партнерш, в качестве «успешной» феминной – «эксклюзивистская» стратегия. Обратные гендерные стратегии построения романтических отношений прямо или косвенно (с помощью иронии) маркируются как «неуспешные».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Turner B. The Body & Society. Explorations in Social Theory. 3rd ed. LA: SAGE Publications, 2008.
2. Shilling C. The Body and Social Theory. 2nd ed. London: SAGE Publications Ltd., 2003.
3. Howson A. The Body and Society. 2nd ed. Cambridge: Polity Press, 2013.
4. Тернер Б. Современные направления развития теории тела / пер. с англ. О. Оберемко // THESIS. 1994. № 6. С. 137–167.
5. Frank A. Bringing Bodies Back in: a Decade Review // Theory, Culture and Society. 1990. Vol. 7. P. 131–162.
6. Featherstone M. The Body in Consumer Culture // The Body: Social Process and Cultural Theory / eds. M. Featherstone, M. Hepworth, B. Turner. London: Sage publications, 1991. P. 170–196.
7. Круткин В. Л. Телесность человека в онтологическом измерении // Общественные науки и современность. 1997. № 4. С. 143–151.
8. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. М.: Республика, 2006.
9. Липовецки Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме / пер. с фр. В. В. Кузнецова. СПб.: Владимир Даль, 2001.
10. Райх В. Сексуальная революция. СПб.: Университетская книга; АСТ, 1997.
11. Маркузе Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек / пер. с фр. М.: АСТ, 2003.
12. Кузуб Т. И. Музыкальная культура XX века как феномен эпохи глобализации: автореф. дис. ... канд. культурологии / УралГУ им. А. М. Горького. Екатеринбург, 2010.
13. Костина А. В. Популярная культура // Знание. Понимание. Умение. 2005. № 3. С. 213–215. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/populyarnaya-kultura> (дата обращения: 27.01.2019).
14. Longhurst B., Bogdanovic D. Popular Music and Society. 3rd ed. Cambridge: Polity Press, 2014.
15. Хезмондалш Д. Музыка: почему она так важна для нас. Харьков: Гуманитарный Центр, 2014.
16. Шмелева Н. В., Бабаева А. В. Деонтологические аспекты восприятия лиц с ограниченными возможностями в контексте современной культуры // Психол. наука и образование. 2017. Т. 9, № 1. С. 125–134.
17. Радаев В. В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // Экон. социология. 2002. Т. 3, № 4. С. 20–32.
18. Бурдье П. Формы капитала / пер. с фр. М. С. Добряковой // Экон. социология. 2002. Т. 3, № 5. С. 60–74.
19. Бурдье П. Различение: социальная критика суждения / пер. с фр. О. И. Кирчик // Экон. социология. 2005. Т. 6, № 3. С. 25–48.
20. Bourdieu P. Sport and social class // Social Science Information. 1978. No 17. P. 819–840.
21. Бурдье П. Практический смысл / под общ. ред. Н. А. Шматко. СПб.: Алетейя, 2001.
22. Bourdieu P. Distinction. A social Critique of the Judgement of Taste. London: Routledge, 2010.
23. Ваньке А. Телесный капитал мужчин рабочих профессий и офисных служащих // Сб. докл. XIII Апрельской междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества: в 4 кн. / отв. ред. Е. Г. Ясин. М.: Изд. дом ВШЭ, 2012. Кн. 3. С. 113–122.
24. Martin J., George M. Theories of Sexual Stratification: Toward an Analytics of the Sexual Field and a Theory of Sexual Capital // Sociological Theory. 2006. Vol. 24, iss. 2. P. 107–132.
25. Green A. I. The Social Organization of Desire: The Sexual Fields Approach // Sociological Theory. 2008. Vol. 26, iss. 1. P. 25–50.
26. Illouz E. Why Love Hurts: A Sociological Explanation. Cambridge: Polity Press, 2012.
27. Шматко Н. А. Анализ культурного производства Пьера Бурдье // Социол. исслед. 2003. № 8. С. 113–120.
28. Бурдье П. Социология социального пространства / пер. с фр. Н. А. Шматко. М.: Ин-т экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007.

-
29. Бурдые П., Пассрон К. Основы теории символического насилия (Фрагменты из книги) / пер. с фр. Н. Шматко // Вопр. образования. 2006. № 2. С. 39–60.
 30. Culture Class Distinction / T. Bennett, M. Savage, E. Silva et al. London: Routledge, 2009.
 31. Сибрук Дж. Машина песен. Внутри фабрики хитов. М.: Ад Маргинем Пресс, 2016.
 32. Тросби Д. Экономика и культура / пер. с англ. И. Кушнарева. М.: Изд. дом ВШЭ, 2013.
 33. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / пер. с англ. И. Кушнарева; под науч. ред. А. Михалевой. М.: Изд. дом ВШЭ, 2014.
 34. IFPI. Music Consumer Inside Report 2018. URL: <https://ifpi.org/downloads/Music-Consumer-Insight-Report-2018.pdf> (дата обращения: 20.01.2019).
 35. Ритцер Дж. Макдональдизация общества 5 / пер. с англ. А. В. Лазарева; вступ. ст. Т. А. Дмитриева. М.: Праксис, 2011.
 36. Ткачук Д. В. Идеально-типические образы женского тела в популярных музыкальных видео // Сила слабых: гендерные аспекты взаимопомощи и лидерства: материалы X Междунар. науч. конф. Российской ассоциации исследователей женской истории и Ин-та этнологии и антропологии им. Н. Н. Миклухо-Маклая РАН. Ин-т этнологии и антропологии им. Н. Н. Миклухо-Маклая РАН. М., 2017. С. 166–169.
 37. Гольман Е. А. Телесные практики женщин в зеркале феминистской дискуссии // Логос. 2018. Т. 28, № 4. С. 129–156.
-

A. M. Pivovarov, D. V. Tkachuk
Saint Petersburg State University

CAPITALIZATION OF BODY IN MODERN MUSIC VIDEOS

The current article studies capitalization of body in the context of the sociological theory of Pierre Bourdieu and his followers. The results of the qualitative visual analysis of Russian music pop videos from the perspective of various patterns of using body as a physical, erotic and symbolic capital are demonstrated. Based on the data obtained, three main patterns of capitalization of corporeality are identified: body transformation that marks one's position in the social hierarchy, regulation of body images symbolic value, and legitimization of gender strategies used for erotic capital accumulation and conversion.

Corporeality, physical capital, erotic capital, symbolic capital, Bourdieu, sexuality, music videos, pop music, music industry

УДК 316.4.051.62

П. П. Дерюгин

Санкт-Петербургский государственный университет

С. В. Панов

Военно-морская академия им. Адмирала Флота Советского Союза

Н. Г. Кузнецова

С. В. Курапов

Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина)

СТРАТЕГИИ ИДЕНТИФИКАЦИОННОГО ПОВЕДЕНИЯ КУРСАНТОВ-КАДЕТ: ПРИНЦИПЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Стратегии идентификационного поведения могут быть разными. В среде курсантского подразделения кадетского корпуса эти стратегии приобретают множество специфических особенностей. В частности, стратегии достижения желаемого Я-образа могут складываться как модифицированные практики достижения этого образа. Поэтому важно исследовать те социальные элементы и факторы, которые влияют на формирование стратегий идентификационного поведения. Как показывает анализ научных источников, в стратегиях идентификационного поведения могут обсуждаться элементы, из которых складываются эти стратегии, этапы, на которых происходит переформатирование Я-образа в достижение образа «Мя». Стратегии могут быть как бессознательными поведенческими практиками, так и осознанными действиями, позволяющими идентифицировать себя со значимыми социальными группами. Другая грань в характеристике таких стратегий заключена в переходах от внешних к внутренним образованиям и наоборот, что знаменует освоение личностью курсанта тех итоговых целей идентификации, которые являются значимыми и важными для учебы в кадетском корпусе и для службы после выпуска из него. Результаты исследования стратегий идентификационного поведения верифицированы данными других исследователей. Показаны примеры различных стратегий идентификационного поведения, описанные в научной литературе.

Идентификация, идентификационное поведение, стратегии поведения, стратегии идентификации, курсанты кадетских корпусов, элементы идентификационных стратегий, этапы идентификации, принципы исследования идентификации, особенности идентификации кадет, модифицированная идентификация

Стратегии идентификационного поведения курсантов-кадет с точки зрения социологии следует рассматривать как одну из многочисленных разновидностей технологий социального взаимодействия. Участниками этого взаимодействия выступают, с одной стороны, личность молодого человека – курсанта, который проходит сложный этап самоопределения, а с другой – трансформирующееся российское общество, а также особые социальные группы – курсантское подразделение и микрогруппы товарищей, в которые включен курсант.

Понятие стратегии идентификационного поведения. Прежде чем обсуждать стратегии идентификационного поведения, следует отметить, что само понятие такой стратегии остается дискуссионным. Еще не так давно определение стратегии отождествлялось только с «планом, рассчитанным на длительный срок», т. е. в данном случае допускалось, что про-

цессы взаимодействия поддаются прогнозированию, управлению и контролю [1]. В современных динамичных социальных условиях многое изменилось, а четкое прогнозирование, жесткое управление и строгий контроль становятся практически невозможными. Поэтому отождествление стратегии с «моделью», на наш взгляд, более точно выражает характеристику «стратегии поведения», поскольку позволяет более адекватно и гибко не просто фиксировать какие-то «мероприятия» или «поступки», но определять общую линию идентификационного поведения, сгруппировать характерные признаки такого поведения и определить тип стратегии поведения. Поэтому в нашем исследовании стратегия идентификационного поведения будет пониматься в широком и узком смыслах. В широком смысле слова такая стратегия будет обсуждаться как «модель» или «набор правил принятия решений» [2] о характере взаимодействия личности и социальной группы, результатом чего предполагается достижение тождества их внешних и внутренних характеристик. В узком смысле стратегия будет пониматься как «план действий», который предполагает достижение целей идентификации курсанта. Эти два подхода к определению стратегий идентификационного поведения курсантов нами трактуются как взаимосвязанные и дополняющие друг друга.

Что еще важно для понимания стратегии идентификационного поведения курсантов? В настоящем случае «стратегия» определяет направление социального взаимодействия и помогает постепенно выйти на исследование характера отношений личности со средой – военизированной организацией. Возможно, что стратегия идентификационного поведения в данном случае будет настолько обобщенной абстракцией, что на практике это может выразиться в нескольких альтернативных вариантах взаимодействия личности курсанта и его социального окружения. Такая возможность вытекает из характера и особенностей развития современного российского общества. Вот что по этому поводу отмечал В. А. Ядов: «Если в традиционном и даже индустриальном обществе место действия, временная перспектива и пространство социальных взаимосвязей как бы стянуты в тугую узел, то в современной жизни человек вследствие активного взаимодействия разных культур с помощью массовой информации идентифицирует себя не только с общностями “здесь” и “теперь”, но также “там”: и в прошлом, и в обозримом будущем. Личность, таким образом, включается в глобальную систему социального пространства» [3, с. 36]. Это означает, что стратегии идентификационного поведения курсантов могут быть устремлены и в прошлое, и в будущее, и в собственно воинские интересы и цели, но и выходить за пределы этих интересов, и т. д. Собственно, это имеют в виду А. Л. Кузеванова и Ю. А. Метелицкая, которые рассматривают модель «трехфакторной самоидентификации казачества, имеющей этнические, сословно-социальные, эмоционально-психологические основания» [4, с. 92]. Им вторит группа авторов, которые отмечают, что для самоидентификации казачества уже изначально была характерна «двойственность, противоречивость групповой самоидентификации казачества» [5, с. 27]. В данном случае имеются в виду одновременно свобода казачества и подчиненность царю-батюшке, которые сказываются по-особому на стратегиях самоидентификации. Наконец, практическая реализация стратегий идентификационного поведения в связи с высокой динамичностью социальной среды, возможно, окажется под влиянием такого большого количества новых обстоятельств и условий, что ее конечный вариант будет существенно отличаться от первоначального замысла.

Важно подчеркнуть принципиальные моменты, которые предваряют конкретное рассмотрение собственно стратегий идентификационного поведения курсантов.

Во-первых, несмотря на известную закрытость кадетских казачьих корпусов, идентификация курсантов в них не происходит изолированно. Это обстоятельство не только не упрощает исследование настоящего вопроса, а, напротив, требует существенных уточнений и детализации. Известно, что задача изучения стратегий идентификационного поведения научной общественностью определяется как важная, значимая, а разнообразие таких стратегий нарастает вне зависимости от того, в какой социальной среде находится современный человек, и этот факт активизирует практический и научный интерес к проблеме: «В настоящее время российское общество представляет собой мозаичное идентификационное пространство, предоставляющее множество вариантов идентификационных стратегий и способов социальной самоидентификации личности, и требует специального социологического исследования, учитывающего влияние как внешних социокультурных детерминант, так и внутренних индивидуально-личностных факторов» [6, с. 129], – считает, например, М. Г. Аверкин. Трансформации и активизация идентификационного процесса самым непосредственным образом касаются и всего казачества, где зафиксированы в том числе «изменения форм самоидентификации донских казаков на разных этапах развития группы» [5, с. 19]. Справедливо это и для исследований специфики стратегий идентификации современных курсантов-казаков, которые, несмотря на пребывание в закрытых учебных заведениях, испытывают трудности идентификации. В частности, идентификация курсантов в существенной мере зависит как от успешности идентификации взрослых казаков, так и от той идентификационной активности, которая в целом характерна для российского общества. Но с другой стороны, специфика обучения в кадетских корпусах позволяет решать многие проблемы подготовки кадет более успешно, в частности, благодаря тому влиянию, которое оказывают традиции кадетского корпуса: «Воспитанники, испытывая на себе их влияние в течение нескольких лет, мало-помалу усваивали культивируемые в кадетской или юнкерской среде ценности и оставались их рьяными защитниками даже после производства в офицеры» [7, с. 14].

Во-вторых, при кажущейся унификации стратегий идентификационного поведения курсантов в кадетских корпусах, т. е. понимании этих стратегий как сложившегося и устоявшегося набора способов и средств идентификации, в действительности, на практике, они всегда уникальны: «Индивидуальные стратегии социальных идентификаций существенно различаются» [3, с. 50], – отмечал В. А. Ядов. В частности, такие «индивидуальные» различия в стратегиях идентификационного поведения в военизированных учебных организациях будут существенно отличаться от стратегий, которые складываются среди сверстников курсантов в других учебных заведениях, поскольку в условиях курсантского подразделения возникает множество причин особого социального и психологического порядка, которые влияют на специфику формирования таких стратегий. Далее, собственно для социологического анализа стратегий идентификационного поведения важно: все повседневные действия конкретного человека, которые определяются индивидуальной социальной ситуацией («помещены в социальную ситуацию»), непременно ведут к каким-либо индивидуальным последствиям [8]. Однако задача научной социологии состоит, собственно, в том, чтобы, абстрагируясь от индивидуально-личностных («производных») последствий реализации стратегий поведения, можно было бы сделать обобщающие выводы, социологически воссоздать и каталогизировать, тем самым выявляя то, что свойственно жизненному миру взаимодействий (И. Гофман) [9]. Таким образом, исследуя стратегии поведения курсантов, важно не просто отразить индивидуально-частные характеристики их идентификации, но также зафиксировать социально-групповые признаки и социальные характеристики стратегии такой идентификации.

В-третьих, социология анализа стратегий идентификационного поведения курсантов направлена на раскрытие способа разрешения противоречий между личностью курсанта и эталоном идентификации. Поэтому выявление того, какой способ, какой основной механизм социальной идентификации – сопоставление (или противопоставление) интересов, взглядов, ценностей, оценок, моделей поведения своей группы (общности) с теми, которые полагаются не своими (или враждебными), интересы которых безразличны для данной общности или конфликтны [10], – лежит в основе стратегии идентификации курсантов, составляет важную задачу исследования. Таким образом, сравнение, сопоставление, аналогии, параллели, собственно, и составляют основание стратегий идентификационного поведения курсантов на практике.

В-четвертых, центральным моментом реализации стратегий идентификационного поведения курсантов выступает достижение интериоризации «Я» и «Мы», т. е. как внешнего, так и внутреннего включения личностью в систему своих отношений с окружением и в свое самосознание ценностей и стиля поведения образцов подражания: «Индивидуальная идентичность, воплощенная в личности, не может существовать вне социального мира и других людей. Личности уникальны и изменчивы, но при всем при этом они социально конструируемы: в процессе первичной и вторичной социализации и в происходящих процессах социального взаимодействия, внутри которых личности определяют и переопределяют самих себя и других на основе их жизненного опыта» [11, р. 20].

Таким образом, в социологическом исследовании стратегий идентификации следует фиксировать как внешнюю, так и внутреннюю идентификацию. Внешняя идентификация заключается в овладении курсантами всей совокупностью ценностно-нормативных комплексов и практик, стиля и форм поведения, характерных для военизированной организации как социальной группы, а также и отдельных личностей – эталонов, которыми в данном случае выступают начальники, командиры, офицеры и другие авторитетные люди. Внутренняя идентификация предполагает освоение курсантами прежде всего ценностей, потребностей, проблем, интересов, вкусов и пр., презентуемых эталонами поведения как свои собственные, которые актуализируют самоидентификацию курсантов. В. А. Ядов считал, что именно стремление идентифицировать себя с другими выступает пусковым механизмом практической идентификации, до этого «потребность самоопределения в системе социальных взаимосвязей не актуализирована» [3, с. 36]. При этом ценностным смыслом идентификации как социальному процессу отводится решающая роль: «Конструирование человеком самого себя в процессе сопоставления с ценностями и смыслами, существующими в рамках коллективной реальности, является другим аспектом идентификации. Ценности и смыслы, существующие в рамках локальной, исторически сложившейся культурно-цивилизационной общности – ценности идентичности. Только посредством ментального приобщения к ним человек преодолевает свое одиночество, его существование перестает быть бессмысленным, становясь осмысленным» [12, с. 17].

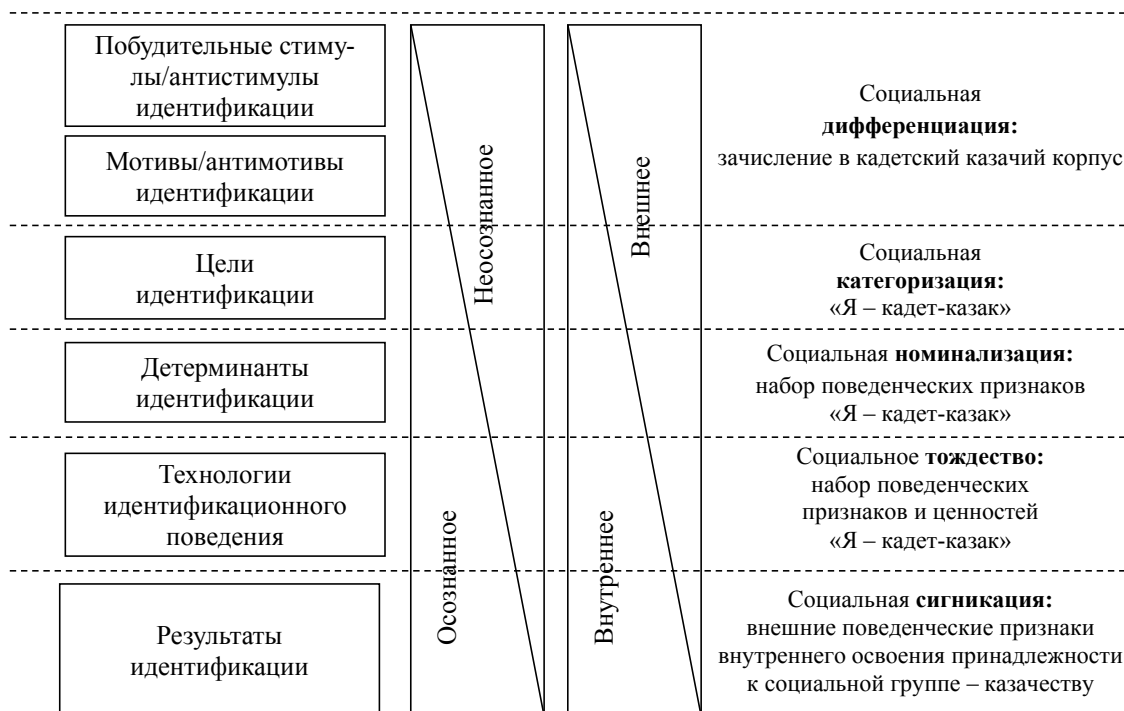
Стратегии идентификационного поведения как социальное явление и как теоретическая социологическая концепция тесно переплетаются с понятиями социализации [13] и адаптации [14] личности. При этом исследование идентификации как научная проблема имеет свой специфический объект и предмет.

В-пятых, проектируемые и складывающиеся стратегии идентификационного поведения курсантов выступают социальными технологиями достижения идентичности «Я» и «Мы». Само по себе идентификационное поведение является объективным показателем протекания процесса социальной идентификации курсантов – совокупностью поступков и поведенческих

реакций, характеризующих каждого как индивида, «действующего в условиях заданных смысловых и поведенческих предписаний, санкций и ограничений и отражающих его субъективно-личностное отношение к декларируемой нормативно-ценностной и поведенческой системе» [15]. Исследование складывающихся отношений личности и среды (системы) выражает основное содержание анализа стратегий идентификационного поведения курсантов и давно является объектом научного интереса социологии. Уже в середине прошлого века Х. Томас и Р. Бейлз сделали первые попытки сформировать подходы к изучению стратегий поведения в процессе социального взаимодействия. Известный тест Томаса позволяет охарактеризовать поведение в конфликте, которое может быть сведено к пяти стратегиям: конкуренция, избегание, приспособление, сотрудничество и компромисс [16]. Немногим позже Р. Бейлз предложил более детализированные подходы к исследованиям идентификационного поведения в процессе социального взаимодействия [17], которые положили начало разработкам по проблематике стратегии и тактики такого поведения не только в ситуации конфликта, но и в других ситуациях социального взаимодействия. В настоящем случае автор предложил 12 типов взаимодействия, которые составляли минимум технологий анализа взаимодействия, на основании чего, в частности, может проводиться диагностика успешности стратегий идентификационного поведения. Следует подчеркнуть, что анализ поведенческих стратегий в данном случае ограничивается заведомо определенными наборами этих стратегий. По этой причине процедуры изучения стратегий поведения имеют свои пределы, и их методическое обоснование вступает в некоторые противоречия с теоретическими основаниями социологического анализа стратегий поведения. Представляется, что интересы социологического исследования стратегий идентификационного поведения курсантов не могут ограничиваться методическими процедурами, нацеленными на исследование каких-либо одних феноменов, но всегда предполагается комплекс исследовательских мероприятий, позволяющих фиксировать как внешние, так и внутренние характеристики технологий достижения идентичности «Я» и «Мы».

В-шестых, стратегии идентификационного поведения курсантов могут быть как осознанными, так и неосознанными, но в любом случае социологическая диагностика предполагает классификацию их идентификационного поведения и отнесения к той или иной стратегии вне зависимости от степени их осознания. Осознание своего идентификационного поведения курсантов складывается уже тогда, когда оно сформировалось определенным образом и отражается при взаимодействии с окружающей средой [18]. Это осознание наступает как «определенный сложившийся образ взаимодействия» и проявляется в своеобразном комплексе эмоциональных реакций, когнитивных актов и действий, характеризующих стратегию идентификационного поведения (Н. В. Гришина) [19], поскольку идентификация выступает интегративным показателем активности человека в целом (В. М. Бехтерев, Б. Г. Ананьев) [20]. Собственно, такое осознание интегрирует в себе всю индивидуальную совокупность обстоятельств ситуации идентификации и проявляется «определенностью взаимодействия» субъекта идентификации – личности курсанта или воинской организации в целом – с социальной средой. Достижение курсантами уровня осознанности идентификации следует расценивать как важный результат или качественно новый этап всего идентификационного процесса.

Стратегии идентификационного поведения курсантов кадетских казачьих корпусов формируются из совокупности множества элементов, которые складываются в долгосрочную программу достижения социально-психологического тождества с эталонами или образцами поведения – идентификации. Обобщая полученные результаты, можно говорить о связи основных элементов идентификации и этапах идентификационного процесса, на базе которых складывается та или иная стратегия (рисунок).



Идеальная модель идентификации курсантов кадетских казачьих корпусов, таким образом, складывается так: побудительные стимулы – формирование мотивов – формулирование целей – влияние детерминант – совокупность или набор технологий идентификации (тактики) – достижение полученного результата – отождествление себя с эталоном или образцом подражания. Эти элементы идентификационного процесса через механизмы сознательного/неосознанного в совокупности с внешними и внутренними атрибутами поведения формируются («складываются») в относительно устойчивые линии поведения, которые могут быть классифицированы как стратегии. Этапы формирования стратегии в социальном отношении, как мы говорили ранее, выстраиваются последовательно как дифференциация кадет в окружающей социальной среде; определение самого себя как кадета-казака – категоризация; формирование первичных внешних признаков поведения кадет-казачков – номинализация; достижение тождества (идентификации) – как по внешним признакам поведения, так и в ценностях с казаками; сигнификация – освоение совокупности внешних признаков, характеризующих целостное восприятие совокупности ценностей казачества.

В формулировании представлений о стратегиях идентификационного поведения мы исходим из краеугольного положения социологии о том, что это наука о взаимодействиях, в результате которых формируется общее – социум, т. е. идентификацию мы рассматриваем «как одну из многочисленных разновидностей технологий социального взаимодействия», в нашем случае взаимодействия между «Я» и «Мы». При этом важно подчеркнуть, что социальный смысл взаимодействия возникает только тогда, когда появляется момент взаимной рефлексии субъектов взаимодействия. В связи с этим могут быть выделены пять основных типов стратегий идентификационного поведения курсантов кадетских казачьих корпусов:

- рефлексивного партнерства;
- экспансивного достижения;
- протестная (бойкот);
- абсентеизма (дефолта) – избегания и уклонения;
- инертная.

Стратегия рефлексивного партнерства (рефлексивная стратегия) характеризуется наличием взаимных усилий и устремлений по созданию наиболее благоприятного взаимодействия между курсантами и кадетским корпусом в интересах идентификации. В данном случае сами курсанты проявляют высокую мотивацию и интерес к освоению ценностных и поведенческих характеристик эталонов-образцов подражания – казачества. С другой стороны, в кадетском корпусе в свою очередь осуществляются все необходимые действия для обеспечения условий успешной идентификации курсантов. Достигнутый уровень рефлексии между кадетами и кадетским корпусом обеспечивает курсантам оптимальные условия для освоения специфики менталитета казаков, освоения ценностей казачьей жизни и эталонов поведения казаков. Это наиболее приемлемая стратегия для достижения целей идентификации курсантов в казачьих кадетских корпусах. Таких примеров, когда успешная идентификация в кадетском корпусе становится основанием всей дальнейшей службы и жизни выпускников, можно привести множество [21], [22]. Такая стратегия в наибольшей степени способствует построению успешной карьеры.

О *стратегии экспансивного достижения* можно говорить в тех случаях, когда мотивация идентификационного поведения курсантов высокая, но со стороны кадетского корпуса предпринимается недостаточно усилий для поддержания мотивации курсантов. Такая ситуация может складываться по целому ряду причин. В частности, из-за недостаточной материальной базы для обучения военному делу и получения навыков работы с определенными образцами техники или, например, для занятий спортом; из-за низкой квалификации педагогов и наставников; из-за слабого внимания к изучению потребностей и индивидуальных особенностей курсантов и пр. Анализируя состав офицеров-воспитателей в кадетских корпусах в дореволюционный период, Т. И. Буковская, например, делает такой вывод: «На воспитательские должности стали, как правило, принимать офицеров, многие из которых ввиду отсутствия специальных знаний отличались суровостью обращения с воспитанниками» [21, с. 46–47]. Известны случаи, когда курсанты, что называется, «перерастали» уровень целей программы подготовки или такие программы недостаточно учитывали современные требования к подготовке курсантов кадетских казачьих корпусов. Нередко такая «незанятость» выливается в агрессию по отношению к менее слабым, младшим по возрасту и пр. В частности, одной из таких линий поведения могут быть неуставные взаимоотношения, которые могут складываться не только среди более взрослых военнослужащих срочной службы, но и среди кадет, как это встречалось в кадетских корпусах: «Кульг грубости и показного молодечества, неприязненного отношения ко всему невоенному. Его носителями были “старые кадеты” (“закалы”), дурно учившиеся, систематически нарушавшие дисциплину и дерзившие начальству» [7, с. 15]. Другая разновидность последствий экспансивной идентификационной стратегии – традиция «Цук»: «“Цук” – традиция подчинения младших воспитанников старшим, которая часто выливалась в неприкрытое издевательство. Угнетателями в большинстве случаев были “закалы”» [7, с. 15]. Идентификация в таких социально-психологических условиях не может быть признана адекватной, тем не менее она могла иметь положительный эффект, который заключался в способности постоять за себя: «В суровую армейскую среду выпускник корпуса приходил не как оторванный от реальной жизни мечтатель, а как закаленный боец, всегда готовый постоять за себя. Он обладал главным качеством, требующимся от него, – умел сражаться» [7, с. 15].

Протестная стратегия (бойкот), напротив, складывается между курсантами и кадетским корпусом в тех случаях, когда у самих курсантов не сложилась достаточная мотивация (или, более того, сложилась негативная мотивация) к освоению ценностей и образа жизни казачества. В частности, о такой ситуации упоминает А. Н. Гребенкин: «Традиция противопоставления воспитанников воспитателям и настороженное отношение к последним, часто

перераставшее во враждебность не только к начальству, но и к корпусным порядкам в целом. С одной стороны, существовала масса кадет, спаянная товарищескими узами, а с другой стороны, был официальный мир преподавателей и начальников, представители которого, как правило, насаждали нужные им порядки с помощью окриков, брани и розог» [7]; «Жестокость наставников порождала ответную жестокость и грубость питомцев» [23, с. 9].

В настоящем случае характеристикой взаимодействия могут выступать со стороны курсантов-кадет игнорирование, незаинтересованность и даже прямое уклонение от освоения тех стандартов поведения и деятельности, которые присущи казачеству. Причинами такой стратегии идентификационного поведения могут выступать не только изначальная незаинтересованность кадет в учебе в кадетском корпусе, как это происходит в тех случаях, когда молодые люди становятся курсантами помимо своей воли. Протестные стратегии идентификационного поведения могут проявляться и в процессе учебы в кадетском корпусе. Иногда они возникают по причинам несправедливого отношения к курсантам со стороны наставников, воспитателей, учителей. Бывает, что это происходит по причинам личного порядка – неурядицы в отношениях с родными, близкими, значимыми людьми. Иногда – из-за переориентации в выборе профессии, смысла жизни и пр.

Самой негативной в смысле влияния на процесс идентификации выступает *стратегия абсентеизма (дефолта)*, стратегия, которая складывается как двустороннее негативное взаимодействие – уклонение от восприятия друг друга – между курсантами и кадетским корпусом. Это ненормальная ситуация. В данном случае мы имеем в виду случаи, когда у курсантов мотивация к освоению ценностей и образа жизни казаков слабая, а со стороны кадетского корпуса не делается каких-либо шагов для формирования позитивной мотивации. Подобное положение, в частности, было зафиксировано в период закрытия одного из кадетских корпусов. На завершающем этапе деятельности кадетского корпуса мотивация к обучению у курсантов практически исчезла, а руководству и наставникам кадетского корпуса было не до мотивирования курсантов. В результате часть кадет после закрытия кадетского корпуса изменила свои жизненные планы и сориентировалась в другие сферы профессионального и личностного становления.

Наконец, *инертная стратегия* идентификационного поведения. Такое поведение курсантов характеризует взаимодействие с кадетским корпусом как неопределенное, в этом взаимодействии могут складываться самые различные комбинации и варианты взаимосвязей. В каком-то смысле это стратегия ситуационная, временная. В данном случае идентификация носит случайный, часто стихийный характер и может проявляться как неустойчивая стратегия. При этом инертная стратегия идентификационного поведения может принимать массовый характер, поскольку, как мы уже не раз отмечали, идентификационное поведение в современных условиях является сложным социальным процессом для всех россиян, не исключение в этом отношении и идентификация курсантов в кадетских корпусах.

Стратегии идентификационного поведения курсантов не являются сложившимися раз и навсегда. В процессе обучения в кадетском корпусе они могут трансформироваться, изменяться и переходить одна в другую. Эти взаимопереходы могут быть вызваны множеством причин и обстоятельств. В каких-то ситуациях трансформации стратегий идентификационного поведения приобретают массовый характер.

По мере реализации успешной идентификации в стратегиях поведения курсантов-казаков осознанных элементов становится все больше, а в содержательном отношении идентификация все больше ориентируется на освоение ценностей, ориентаций, установок казачества, т. е. внутренних характеристик образа жизни и традиций казаков.

Одной из самых существенных трудностей исследования стратегий идентификационного поведения курсантов кадетских казачьих корпусов выступает неопределенность социального статуса самого казачества: «Вокруг статуса казаков как социальной группы постоянно идут дискуссии», «В структуре современного российского общества статус казаков носит размытый характер, трактуется неоднозначно» [24, с. 48]. Казачество может определяться по-разному: как сословие; как этническая общность; как особая профессиональная деятельность; как «исторически сложившаяся культурно-этническая общность людей» [25]; как «нечто среднее между этносом (этнической общностью) и сословием» [26]. Результаты нескольких исследований показывают, что «анализ самоидентификационных признаков, в соответствии с которыми казаки соотносят себя с группой, также не позволяет четко определить ее статус и место в системе общественных отношений» [24, с. 49], [27]. При этом важно подчеркнуть, что социологическое понимание стратегий идентификации курсантов обязательно предполагает довольно точное представление о «комплексе ролей и статусов, организованных адекватно социальной системе» [28, с. 10]. Как было показано, отсутствие таких четких представлений о социально-ролевых характеристиках эталонов самым существенным образом сказывается на формировании стратегий идентификационного поведения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Понятие «стратегия»: определение и классификация. URL: <https://businessman.ru/new-ponyatie-strategiya-opredelenie-i-klassifikaciya.html> (дата обращения: 29.01.2019).
2. Стратегия – понятия и определения. Классификация стратегий. URL: <http://www.stplan.ru/articles/theory/strategy.htm> (дата обращения: 22.01.2019).
3. Ядов В. А. Социальная идентификация в кризисном обществе // Социол. журн. 1994. № 1. С. 35–51.
4. Кузеванова А. Л., Метелицкая Ю. А. Социокультурная идентификация современного российского казачества: завершен ли процесс? // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2017. № 4. С. 90–100.
5. Рыблова М. А., Рвачева О. В. Способы и образы самоидентификации донских казаков // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 4. История. 2009. № 1 (15). С. 19–28.
6. Аверкин М. Г. Экономические предпосылки формирования социальной идентичности в современном обществе // Вестн. НГИЭИ. 2016. № 5 (60). С. 129–137.
7. Гребенкин А. Н. Негативные традиции воспитанников российских кадетских корпусов в первой половине XIX века // Изв. РГПУ им. А. И. Герцена. 2009. № 101. С. 14–17.
8. Курбанова Л. У. Влияние психотравм на гендерные особенности идентификационного поведения в чеченском обществе // Теория и практика общественного развития. 2012. № 2. С. 77–79.
9. Гофман И. Порядок взаимодействия // Теоретическая социология: антология. В 2 ч. / пер. с англ., фр., нем., ит.; сост. и общ. ред. С. П. Баньковской. М.: КД «Университет», 2002. Ч. 2. С. 60–104.
10. Ядов В. А. Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности личности // Мир России. Социология. Этнология. 1995. № 3–4. С. 158–181.
11. Jenkins R. Social identity. Key Ideas. London, New York: Routledge, 1996.
12. Авдеев Е. А. К проблеме утраты ценностных оснований личностной идентичности в современном обществе // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 4. С. 15–17.
13. Дерюгин П. П., Колесникова Ю. А. Трудовая социализация молодых специалистов социогуманитарного профиля // Вестн. СПбГУ. Сер. 12. Психология. Социология. Педагогика. 2012. № 3. С. 230–235.
14. Дерюгин П. П., Самарина Е. Л. Этническое предпринимательство латиноамериканцев как стратегия адаптации в трансформирующейся России // Современные исслед. социальных проблем. 2014. № 8. С. 87–105.

15. Сарансков В. Е. Социальная идентификация офицеров Вооруженных сил РФ: современное состояние и пути оптимизации: социологический анализ: автореф. дис. ... канд. социол. наук / Военный университет. М., 2003. URL: <http://www.dissercat.com/content/sotsialnaya-identifikatsiya-ofitserov-vooruzhennykh-sil-rf-sovremennoe-sostoyanie-i-puti-opt> (дата обращения: 20.01.2019).
16. Богданов Е. Н., Зазыкин В. Г. Психология личности в конфликте: учеб. пособие. 2-е изд. СПб.: Питер, 2004.
17. Социальная психология: учеб. пособие / под ред. А. Л. Журавлева. М.: ПЕР СЭ, 2002.
18. Поведение // Большой энцикл. словарь. URL: <https://www.vedu.ru/bigencdic/48547/> (дата обращения: 20.01.2019).
19. Стратегия поведения // Национальная психологическая энциклопедия. URL: <https://vocabulary.ru/termin/strategiya-povedeniya.html> (дата обращения: 20.01.2019).
20. Ананьев Б. Г. Психология и проблемы человекознания: избр. психол. тр. / под ред. А. А. Бодалева. М.: Изд-во «Ин-т практ. психологии»; Воронеж: НПО «МОДЭК», 1996.
21. Буковская Т. И. Кадетские корпуса: история, этапы становления и развития военного образования в России: дис. ... канд. ист. наук / СПбГУ. СПб., 2003.
22. Климашкина Е. В. Источники изучения педагогического опыта кадетских корпусов и военных гимназий дореволюционной России: дис. ... канд. ист. наук / СтаврополГУ. Ставрополь, 2006.
23. Михайлов А. А. Руководство военным образованием в России во второй половине XIX – начале XX в. Псков: Изд-во Псков. област. ин-та повыш. квалифик. работ. образ., 1999.
24. Казачество Северного Кавказа как фактор стабильности региона. URL: http://kavpolit.com/media/upload/files/csi/K_i_2_a5.pdf (дата обращения: 20.01.2019).
25. Закон РСФСР «О реабилитации репрессированных народов» от 26 апреля 1991 г. № 1107-1. URL: <http://base.garant.ru/10200365/> (дата обращения: 20.01.2019).
26. Щапов Я. Н. Государство и Церковь в Древней Руси, X–XIII вв. М.: Наука, 1989.
27. Сопов А. В. Современные научные концепции происхождения казачества // Новые технологии. 2006. № 1. С. 67–69. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-nauchnye-kontseptsii-proishozhdeniya-kazachestva> (дата обращения: 05.02.2019).
28. Мухортова В. Н. Особенности социологического подхода к понятию «профессиональная идентичность» // Социум и власть. 2015. № 3 (53). С. 9–13.

P. P. Deryugin
Saint Petersburg State University

S. V. Panov
Kuznetsov Naval Academy

S. V. Kurapov
Saint Petersburg Electrotechnical University «LETI»

STRATEGIES OF IDENTIFICATIONAL BEHAVIOR OF MILITARY STUDENTS: SOCIOLOGICAL ANALYSIS METHODS

Strategies of identificational behavior may vary. Within trainee divisions of cadet corps these strategies acquire many specific features. This includes strategies of achieving the desired self-identity that can be formed as modified practices of achieving this identity. Therefore, it is important to investigate those social elements and factors that influence the formation of strategies of identificational behavior. Analysis of scientific sources shows that in the strategies of identification behavior elements that make up these strategies can be discussed, which form the stages at which self-identity is reshaped to achieve we-identity. Strategies can be involuntary behavioral practices or deliberate actions that allow one to identify oneself with significant social groups. Another aspect of characterizing such strategies lies in transitions from external to internal entities and vice versa, which mark personalization of trainee final identification goals that are essential for studying in cadet corps and for service after graduation. The results of the study of strategies of identification behavior are verified by data obtained from other researchers. Examples of various strategies of identification behavior described in scientific literature are shown.

Identification, identificational behavior, behavior strategies, identification strategies, cadet corps trainees, elements of identificational strategies, stages of identification, identification research principles, aspects of trainee identification, modified identification

Авакян Анна Абрамовна

Соискатель ученой степени кандидата социологических наук Санкт-Петербургского государственного университета.

Тел.: +7 (950) 010-31-37. E-mail: avakyan19@gmail.com

Авдошина Софья Павловна

Студентка кафедры инновационного менеджмента Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина).

Тел.: +7 (911) 122-57-83. E-mail: sofya.avdoshina@yandex.ru

Алексенцева Юлия Анатольевна

Магистрантка кафедры ценообразования в строительстве и промышленности Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина.

Тел.: +7 (965) 511-84-30. E-mail: yulyagalenko@mail.ru

Белянин Дмитрий Анатольевич

Аспирант кафедры инновационного менеджмента Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина).

Тел. +7(906) 349-18-41. E-mail: bellaynin@yandex.ru

Голигузова Галина Васильевна

Канд. экон. наук, доцент кафедры прикладной экономики Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина).

Тел.: +7 (960) 278-32-47. E-mail: npf-rapf@yandex.ru

Гуторович Валерий Николаевич

Канд. филос. наук, доцент кафедры социально-экономических дисциплин Военно-космической академии имени А. Ф. Можайского.

Тел.: +7 (911) 825-32-02. E-mail: valgut@yandex.ru

Гуторович Ольга Викторовна

Канд. филос. наук, доцент, доцент кафедры истории и философии Военно-космической академии имени А. Ф. Можайского.

Тел.: +7 (911) 841-69-19. E-mail: olwikgut@yandex.ru

Дерюгин Павел Петрович

Д-р социол. наук, профессор кафедры прикладной и отраслевой социологии Санкт-Петербургского государственного университета.

Тел.: +7 (965) 013-77-13. E-mail: ppd1@rambler.ru

Елькина Елена Евграфовна

Канд. филос. наук, доцент факультета технологического менеджмента и инноваций Санкт-Петербургского национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики.

Тел.: +7 (921) 893-23-03. E-mail: e.e.e.1@mail.ru

Курапов Сергей Владимирович

Аспирант кафедры социологии и политологии Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина).

Тел.: +7 (921) 977-06-36. E-mail: ksv--1@mail.ru

Леонова Ольга Геннадьевна

Канд. экон. наук, доцент кафедры прикладной экономики Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина).

Тел.: +7 (904) 552-26-39. E-mail: olga-global@yandex.ru

Мамина Раиса Ильинична

Д-р филос. наук, профессор кафедры философии Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина).

Тел.: +7 (812) 346-47-83. E-mail: MaminaRaisa@yandex.ru

Панов Станислав Васильевич

Канд. ист. наук, доцент, доцент кафедры морально-психологического обеспечения Военно-морской академии имени Адмирала Флота Советского Союза Н. Г. Кузнецова.

Тел.: +7 (911) 992-45-51. E-mail: panov_sv@mail.ru

Пивоваров Александр Михайлович

Канд. социол. наук, доцент кафедры социологии культуры и коммуникации Санкт-Петербургского государственного университета.

Тел.: +7 (921) 795-60-34. E-mail: a-pivovarov@mail.ru

Придвизжин Станислав Викторович

Д-р экон. наук, профессор, заведующий кафедрой ценообразования в строительстве и промышленности Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина.

E-mail: s.v.pridvizhkin@urfu.ru

Самарина Екатерина Леонидовна

Канд. социол. наук, ассистент кафедры социологии и политологии Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина).

Тел.: +7 (981) 871-29-67. E-mail: katsam@mail.ru

Симонова Ирина Александровна

Канд. филос. наук, доцент кафедры акмеологии и психологии среды Уральского государственного педагогического университета.

Тел.: +7 (906) 814-00-16. E-mail: luboe05@mail.ru

Ткачук Дарья Владимировна

Аспирантка кафедры социологии культуры и коммуникации Санкт-Петербургского государственного университета.

Тел.: +7 (921) 336-85-87. E-mail: tkachuk.daria@gmail.com

В редакционный совет журнала «ДИСКУРС» необходимо представить:

- по e-mail discourse@etu.ru либо на электронном носителе:
 - рукопись статьи;
 - сведения об авторе(ах);
- документы на листах формата А4 (1 экз.):
 - рукопись статьи (статья должна быть объемом до 1 п. л. (40 000 знаков, включая пробелы));
 - сведения об авторе(ах);
 - рекомендация кафедры с указанием наименования тематического раздела, в котором предполагается опубликование материала;
 - экспертное заключение о возможности опубликования материала в открытой печати (только для рубрики «Экономика и управление народным хозяйством»);
 - сопроводительное письмо (только для авторов, не работающих (не обучающихся) в СПбГЭТУ «ЛЭТИ»).

Сведения об авторах должны содержать:

1. Фамилию, имя, отчество (полностью) автора.
2. Основное место работы.
3. Должность.
4. Ученую степень, ученое звание.
5. Контактный телефон, адрес электронной почты.

Все сведения печатаются в строку (без отступов между абзацами) на русском и английском языках.

Правила оформления текста статьи

Статья должна содержать признаки научной публикации, быть тщательно отредактированной:

- текстовый редактор Microsoft Word версии не ниже 97;
- формат бумаги А4;
- параметры страницы: поля – верхнее, нижнее и левое 2,5 см, правое 2 см, верхний колонтитул 2 см, нижний колонтитул 2 см;
- основной текст статьи: шрифт «Times New Roman» 12 pt; выравнивание по ширине; первая строка с абзацным отступом 0,8 см; междустрочный интервал «Множитель 1,15»; автоматическая расстановка переносов.

На первой странице указывается индекс УДК (в левом верхнем углу; шрифт «Times New Roman» 14 pt; междустрочный интервал одинарный); далее даются инициалы и фамилии авторов, затем основное место работы, название статьи, аннотация статьи и ключевые слова на русском языке. Инициалы и фамилии авторов, основное место работы, название статьи, аннотация статьи и ключевые слова на английском языке размещаются в конце публикации после библиографического списка.

Перечень авторов разделен запятыми, инициалы перед фамилиями (шрифт «Times New Roman» 12 pt, полужирный; выравнивание по левому краю, абзацный отступ слева 0,8 см; автоматические переносы отключены; интервалы перед абзацем 20 pt, после 0 pt, междустрочный интервал одинарный).

Основное место работы набирается строчными буквами (шрифт «Times New Roman» 12 pt, курсив; выравнивание по левому краю, абзацный отступ слева 0,8 см; автоматические переносы отключены; интервалы перед абзацем 0 pt, после 8 pt, междустрочный интервал одинарный).

Название статьи набирается прописными буквами (шрифт «Times New Roman» 15 pt; полужирный; выравнивание по левому краю; автоматические переносы отключены; интервалы перед абзацем 12 pt, после него – 12 pt; междустрочный интервал одинарный).

Аннотация содержит 9–10 строк, характеризующих содержание статьи (шрифт «Times New Roman» 9 pt, курсив; выравнивание по ширине; отступы: слева и справа 0,8 см; интервалы перед абзацем 6 pt, после 0 pt, междустрочный интервал одинарный).

Ключевые слова состоят из 3–10 слов и словосочетаний, отражающих содержание статьи, разделенных запятыми, в конце их перечисления точка не ставится; шрифт «Times New Roman» 10 pt, полужирный; выравнивание по левому краю; автоматические переносы отключены; интервалы перед абзацем 12 pt, после него 12 pt; междустрочный интервал одинарный).

Далее следует текст статьи.

После основного текста следует библиографический список, который включает:

➤ *заголовок* «Список литературы» набирается прописными буквами (шрифт «Times New Roman» 12 pt, жирный; выравнивание по центру; интервалы: перед абзацем 12 pt, после него 8 pt; междустрочный интервал одинарный);

➤ *библиографическое описание источника* с порядковым номером ссылки на него по тексту, начиная с первого, выполненное по ГОСТ 7.3–2003. Библиографическое описание документа. Введ. 01.07.2004 / Госкомстандарт. М., 2004 (отдельным абзацем; шрифт «Times New Roman» 10 pt; первая строка с абзацным отступом 0,8 см; выравнивание по ширине; междустрочный интервал одинарный).

Сноски постраничные. Нумерация сносок сквозная в рамках страницы (шрифт «Times New Roman» 10 pt, обычный; выравнивание по ширине; междустрочный интервал одинарный).

Для создания *формул* используется редактор MathType. Необходимо использовать следующие установки редактора формул. Размеры: «полный» 12 pt, «подстрочный» 10 pt, «под-подстрочный» 8 pt, «символ» 16 pt, «подсимвол» 14 pt; стили: текст, функция, число – шрифт «Times New Roman», вектор-матрица – шрифт «Times New Roman», полужирный; греческий малый, греческий большой, символ – шрифт «Symbol», прямой; переменная – шрифт «Times New Roman», курсив.

При наборе формул без использования редактора формул индексы ставятся размером 10 pt со смещением на 3 pt вверх или вниз (Главная → Шрифт → Дополнительно → Смещение) в зависимости от того, надстрочный или подстрочный индекс. Не использовать Шрифт → Видоизменение → надстрочный/подстрочный. Если у величины есть одновременно и надстрочные, и подстрочные символы, то формула создается только в редакторе MathType.

Формулы, помещенные на отдельной строке, набираются с интервалами: перед формулой 4 pt, после нее 4 pt; междустрочный интервал одинарный.

На каждый рисунок и таблицу в тексте статьи необходимо дать ссылку. Каждый рисунок и таблица должны быть пронумерованы (напр.: рис. 1, табл. 3).

Текст в *таблицах* печатается через одинарный интервал, шрифт «Times New Roman»; основной текст 10 pt, индексы 8 pt, подындекс 6 pt. Нумерационный заголовок содержит слово «Таблица» и ее номер арабскими цифрами (без знака номера перед ними и без точки на конце, интервал перед 6 pt, после 4 pt; выравнивается по правому краю таблицы и выделяется светлым курсивом). Ширина таблицы не более 16,5 см, интервал после нее 6 pt.

Рисунки в электронном виде и подписи к ним создаются средствами Word или другими программами (CorelDRAW, Visio, Adobe Illustrator, Excel (с предоставлением оригинала рисунка в электронном виде)) в черно-белом виде. Качество рисунков и фотографий (в форматах .jpeg, .tiff) должно быть не менее 300 dpi. Основные линии на рисунках (границы блоков и соединительные линии на схемах, линии графиков) имеют толщину 1 pt, вспомогательные (линии-выноски, оси, размерные линии) – 0,6 pt. Рисунки не вставлять в рамки или полотно.

Описание содержания рисунка, а также введенных на нем обозначений следует приводить в основном тексте статьи. Подпись под рисунком содержит только его номер (шрифт «Times New Roman», курсив, 10 pt) и располагается по центру под рисунком (например, *Рис. 1*). Все тексты и обозначения на рисунке даются шрифтом размером 10 pt, индексы 8 pt, подындексы 6 pt с одинарным интервалом; цифровые обозначения на линиях выносок и номер рисунка даются курсивом. Буквенные обозначения фрагментов рисунка (шрифт «Times New Roman», курсив, 10 pt) ставятся под фрагментом перед нумерационным заголовком; в тексте ссылка на фрагмент ставится после нумерационного заголовка через запятую (например, рис. 1, *а*); интервалы: перед рисунком и после него 6 pt. Ширина рисунка не более 16,5 см.

Журнал входит в перечень ВАК по специальностям:

- 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности) (экономические науки),
- 09.00.01 – Онтология и теория познания (философские науки),
- 09.00.05 – Этика (философские науки),
- 09.00.07 – Логика (философские науки),
- 09.00.08 – Философия науки и техники (философские науки),
- 09.00.11 – Социальная философия (философские науки),
- 09.00.13 – Философская антропология, философия культуры (философские науки),
- 22.00.04 – Социальная структура, социальные институты и процессы (социологические науки),
- 22.00.06 – Социология культуры (социологические науки).

Рукописи аспирантов печатаются бесплатно.

Технические вопросы можно выяснить по адресу: discourse@etu.ru