

Исследование ожиданий современного молодежного театрального зрителя на примере спектакля «Берег Утопии» РАМТа

Атаева Мария Алевдиновна

студент

*Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, социологический
факультет, Москва, Россия*

E-mail: ellin87@mail.ru

Введение

XX век можно считать первым веком господства «массовой» культуры на всем пространстве европейской цивилизации. Повседневные вкусы, ориентиры, досуговые занятия сблизилась с обычным уровнем среднего потребителя. Социологи отмечают следующие тенденции: массовизацию вкусов и всего досуга молодежи; снижение интереса к высокому искусству; предпочтение тех форм проведения свободного времени, которые предполагают межличностное общение. За последнее десятилетие произошли изменения и в театральной жизни современной России. Падает посещаемость театра при сохранении его высокого престижа. На сегодняшний день важную роль играет такой фактор, как благосостояние и имущественный достаток, как следствие – его недоступность для слоев населения, живущих на бюджетную зарплату. В таких условиях возникает развлекательный театр, ориентированный на кассовый успех, массовую аудиторию, на ценности среднего потребителя. Выбор спектакля «Берег Утопии» основан на том, что он имеет мощный просветительский заряд. Его премьера происходит в ответственный момент истории, когда возрастает национализм и вновь испытываются на прочность ценности свободы.

Методы

В исследовании был применен метод фокус-групп, поскольку он предоставляет нам использование полустандартизированных (наблюдение, групповую дискуссию) и нестандартизированных проективных методик; возможность «увидеть мир глазами испытуемого», что увеличивает вероятность получения разнообразной феноменологии; сравнительно небольшую выборку. Метод фокус-группы позволил получить доступ к реальным проблемам, эмоциям, языку театрального зрителя, наглядно увидеть различия между респондентами и предположить, чем вызваны эти различия (социальное положение, профессиональная принадлежность, доход, культурный уровень). Также были получены субъективные оценки, нестандартные решения, в целом независимые от мнения окружающих.

В качестве респондентов в исследовании принимала участие молодежь, посетившая премьеру РАМТа «Берег Утопии», что было обусловлено следующими причинами: вероятность знакомства минимальна и поэтому не оказывала большого влияния на процессы группового взаимодействия; премьера прошла относительно недавно, что позволило респондентам легче вспомнить их ожидания, представления, эмоции; исследование мнений театральных зрителей помогло более глубоко изучить ожидания в силу их исходной направленности на изучение театральной жизни. Это обеспечило дискуссии большую содержательность и информационную насыщенность.

Результаты

Театр понимается молодыми людьми двояко: как здание и как действие, происходящее в искусственно созданных обстоятельствах. На сцене наблюдается интрига, от которой зритель получает эмоциональный всплеск, духовное развитие, размышления.

В результате проведенного исследования выяснилось, что респонденты в первую очередь выделяют получение эмоций как основную цель, побуждающую их пойти в театр. В качестве факторов, влияющих на выбор театральной постановки, они упоминают

разрекламированность спектакля (которая неоднократно повторяется на протяжении беседы, следовательно, имеет для участников важное значение), состав творческой группы (режиссер, автор пьесы, актеры). Кроме этого, зрителям важна следующая информация о постановке: современная - не современная, жанр; на какого зрителя рассчитан (возраст, уровень подготовки); по какому произведению, что еще написал этот автор; длительность спектакля.

Позиционирование постановки может привлечь внимание зрителей в двух случаях, если это:

- 1) хвалебная речь, приводящая аргументы в пользу необычности постановки;
- 2) критика собственных решений спектакля как бросающих вызов обществу.

Приоритетной среди респондентов сейчас является драматическая постановка, заставляющая задуматься (то есть должны подниматься философские проблемы), характеризующаяся динамическим действием.

Молодые люди в большинстве случаев идут на спектакль группой после общего обсуждения постановки, а также существует практика выбора и просмотра одним респондентом, без друзей и знакомых. При чем посещение театра является для участников постоянной потребностью, но также говорится об обстоятельствах, ради которых они могут отказаться от этого.

Основной целью современного театрального молодежного зрителя является удовлетворение духовных потребностей. При чем не только этических, так как, например, театр Сатирикон, отнесенный к крайне ненормативным (наличие нецензурной лексики), был признан популярным. Опираясь на результаты процедуры мэппинга, мы можем утверждать, что имеет место следующая тенденция: часть театров относится к ориентированным на подготовленного зрителя и при этом к популярным. Следовательно, театр в настоящее время сохраняет свою самобытность, причастность к высокому искусству, не опускаясь на уровень среднего потребителя.

Литература

1. Фокус-группы: методы, методология, модерирование/ О.Т.Мельникова
2. Театр в социокультурных процессах современной России/ Белянин А.Б., Табатадзе И.А.
3. Досуговые предпочтения молодежи/ В. Звоновский, С.Луцева

Тезисы доклада на тему:
Отношение взрослых и молодежи и способы проявления этих отношений в условиях современной России.

Атауллина Алиса Дамировна
Студент
Московский Государственный Университет имени М.В. Ломоносова, социологический факультет, Москва, Россия
ataullina@gmail.com

Отношение – момент взаимосвязи всех явлений. Отношение вещей объективно; существование всякой вещи, ее специфические особенности и свойства, ее развитие зависят от всей совокупности ее отношений к другим вещам объективного мира. Человек вступает в отношения с созданными им вещами, объективным миром и с другими людьми. В результате в освоенном им мире он созерцает самого себя и начинает относиться к самому себе как человек (обладает самосознанием), лишь относясь к другому человеку как к себе подобному. Именно этим объясняется, с одной стороны, общественная природа человеческого сознания, а с другой – необходимость изучения общественных отношений для познания истории.

Отношение взрослых и молодежи – это такие отношения, которые характеризуются различными видами оценочных проявлений поведения.

В наши дни ситуация складывается таким образом, что взрослые люди выросли и были воспитаны во времена Советского Союза под влиянием идеологии коммунистической партии, а молодежь выросла в совсем другой стране с другой идеологией и моральными принципами. Таким образом, очевидны принципиальные различия в воспитании и моральных ценностях двух поколений, которые рождают большое число разногласий и противоречий между молодежью и взрослыми. В то же время деструкция существовавшего строя, а вместе с ним и идеологии и пропагандируемых ею жизненных приоритетов, была инициирована людьми, которые сейчас относятся ко взрослому поколению. А именно это является основной причиной аморальных жизненных принципов современной молодежи. Безусловно, это не значит, что вся молодежь сплошь аморальна. Тем не менее назрел некоторый кризис молодежи.

Современный кризис молодежи — это лишь второстепенная, прикладная проблема, это следствие. На самом деле следует говорить о кризисе общества, кризисе постсоветского человека, который не имеет позитивных задач, не имеет ценностной системы и идеала, к которому стоит стремиться. У нас нет положительного образа взрослого человека — куда он идет, чем он является, какие у него ценностные ориентиры, какие задачи у него и у его общества, страны, нации, народа.. В этом и есть, на мой взгляд, главная причина молодежной проблематики, в том числе и сегодняшней трагедии нашей молодежи, причины радикальных, экстремистских тенденций, проблемы наркотиков и деградации, отсутствия взросления, с которыми мы сталкиваемся.

Молодежь — не какой-то отдельный тип людей, не какая-то отдельная каста, этнос или профессия — это важная стадия жизни и состояние человека, такое же, как старость и младенчество. Молодежное состояние максимально приближено к взрослому: это не ребенок, а уже взрослый человек в начале своего пути. И вопрос выбора направления пути становится в этот период центральным. Для того чтобы «вырасти» из состояния молодого человека, требуется образ взрослого человека в самых разных аспектах: ценностном, этическом, социальном, профессиональном, национальном, религиозном.

"Взрослому" миру крайне необходимо постоянно поддерживать свое понимание очень динамичной природы "общества юных", принимать на себя ответственность за

происходящие процессы, а не вменять ее молодежи, поскольку результатом может оказаться культурное и социальное отчуждение поколений.

В ходе опроса, проведенного среди людей в возрасте от 14 до 30 лет, главными отличиями от старших поколений опрошенные называли иной менталитет (30%) и разные жизненные интересы, разные увлечения (20%).

Молодой человек так или иначе постоянно примеряет на себя статус "взрослого". Когда личность начинает идентифицировать себя в этом качестве, готовность быть воспитуемым существенно снижается, уступая место желанию партнерских отношений со старшими. В этой ситуации мировоззренческие различия еще более актуализируются, а иногда и обостряются, так как главными критериями "взрослости", судя по данным опросов, являются самостоятельность (27%) и становление личности, готовой принимать на себя ответственность (12%).

Молодое поколение всегда отличается от старших притязаниями, активностью и надеждами на то, что впереди – успех. Молодежь еще не инфицирована требованиями конформности в отношении нормативных предписаний. Она еще не заражена болезнями общества и поэтому выступает по отношению к нему "нормальной", а не "девиантной" группой. Девиациями, фрустрациями, боязнью неразрешимых проблем заражено "поколение взрослых"; молодежь в значительной степени защищена от этого – в силу возраста и желания привнести в свою взрослость все сущностные черты своей молодости. Именно поэтому старшим поколениям и обществу в целом следует заботиться о сохранении уникальности поколенческой идентификации молодых – это залог инноваций, тогда как утрата самостоятельности, разрушение идей и устремлений в результате сверхсоциализации рождает лишь "потерянное поколение".

Использованная литература:

1. <http://bd.fom.ru/report/map/articles/klimov/d047722> («Кто она - молодежь?» Климов И.)
2. <http://www.sovsibir.ru/show.shtml?tp=th&nart=17207> («Фундаментальный кризис общества»)
3. Философский словарь, под редакцией И.Т. Фролова

ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ОТЧЕТОВ ИНТЕРВЬЮЕРОВ

(на примере опроса статусных лидеров общественного мнения)

Богомазова Елена Владимировна

аспирант

Государственный университет гуманитарных наук (ГУГН),
кафедра прикладных социологических дисциплин, Москва, Россия

E-mail: bogomazova_elena@mail.ru

Доклад основан на данных опросов статусных лидеров общественного мнения центра «Глас народа», в которых принимали участие представители 4 элитных групп: 1) руководители федеральных министерств и ведомств, 2) руководители промышленных предприятий, 3) члены Совета Федерации, 4) депутаты Государственной думы.

Основные данные, используемые для анализа, - отчеты интервьюеров. Интервьюеры центра «Гласа народа» проводят face-to-face интервью по месту работы респондентов, в конце каждого из которых заполняют отчет.

1. Стандартный отчет состоит из 6 вопросов, сначала идут 3 закрытых вопроса и потом 3 открытых. Кажется, что этого мало и отчеты носят формальный характер, но на самом деле их анализ дает важные и серьезные результаты. К тому же этого достаточно не только для того, чтобы внести элемент необходимого контроля за проводимой работой, но и для того, чтобы интервьюеры начали задумываться над процессом интервью, осмысливать свою деятельность.
2. Принципиальное значение имеет форма вопроса (закрытый – открытый).
3. Информативность закрытых и открытых вопросов в отчете интервьюера для исследователя.

Первый вопрос о количестве посещения респондента («При каком по счету посещении было взято интервью?») – стандартный для отчетов подобного рода и на первый взгляд несет в себе только информацию о физических и временных затратах интервьюера при получении одного конкретного интервью, о нагрузке, связанной с достижимостью респондента, что само по себе так же важно для оценки сложности и качества работы каждого интервьюера. Однако помимо этого данный вопрос позволил определить наиболее предрасположенные к опросам и наиболее проблемные группы высокостатусных респондентов.

Например, проблем повторных посещений почти не возникает с руководителями предприятий – только 2-8% повторных посещений, а депутаты Госдумы доставляют интервьюерам наибольшие неудобства – около 50-60% респондентов этой группы требуется посетить 2 и более раза.

Надо иметь в виду, что опрос руководителей предприятий проходил после предварительной телефонной договоренности, а опрос депутатов, как правило, без таковой – в кабинетах, коридорах, курилках и прочих «кулуарах». Депутаты чаще предлагали зайти позже и даже прерывали уже начатое интервью.

Этот показатель говорит не только об ответственности или занятости тех или иных людей, но и по большому счету об отношении к социологическим исследованиям в целом. Именно представители этой группы чаще всего высказывают интервьюерам претензии о некорректности и бесполезности вопросов, некомпетентности составителей анкеты.

Второй вопрос отчета интервьюера касается первой реакции респондента на предложение взять у него интервью. Интервьюер здесь должен увидеть настрой, почувствовать ситуацию, выступить в некотором роде в роли психолога.

Результаты ответов на этот вопрос также интересны: наиболее распространенная реакция респондентов, по мнению и ощущениям интервьюеров, – доверие, реже всего ощущается тревога, хотя интервьюеры, вероятно, стремились уходить от столь категоричной оценки, выбирая более сдержанный вариант «настороженность».

Распределение реакций на предложение о проведении интервью чрезвычайно различны в элитных группах.

Наибольшая степень доверия зафиксирована интервьюерами у представителей федерального правительства, наименьшая – у депутатов.

Высокая степень заинтересованности характерна для членов Совета Федерации. Наиболее распространенная реакция у депутатов – «другая». Анализ открытых вопросов показал, что эта «другая» реакция – раздражение, недовольство.

Третий вопрос отчета интервьюера «Как в целом проходила беседа?» предполагает лишь 2 варианта ответа – «свободно, легко» и «напряженно, с трудом». Это оптимальное количество закрытий для определения атмосферы, в которой проходила беседа. Однозначно, что интервьюеры дают свою субъективную оценку, но в данном случае именно это и важно.

Изначально этот вопрос был необходим как вводный, вспомогательный, как фильтр, отсекающий тех, у кого трудности возникали, от тех, у кого их не было. Поэтому для исследователей это лишь подводка к открытым вопросам.

4. Следующая группа вопросов – это открытые вопросы. Они заполняются интервьюерами по собственному усмотрению. Что это значит? Эти вопросы не являются обязательными к заполнению, в отличие от ответов на закрытые вопросы. Интервьюер может заполнять их или нет в зависимости от того, считает ли он трудности, возникшие в процессе опроса, достойными внимания и выходящими за рамки «обычного» хода.

Эти вопросы касаются трудностей, возникающих в ходе полевого опроса (вопрос №4), замечаний респондентов об анкете (вопрос №5) и замечаний интервьюеров об организации полевых работ (вопрос №6). Необходима инициатива интервьюеров, чтобы они внесли ответы на эти вопросы, так как они не являются обязательными к заполнению.

Есть два рода причин, побуждающие интервьюеров отвечать на открытые вопросы. С одной стороны, это может быть инициатива интервьюера, с другой – респондента. Респондент может потребовать, чтобы его претензия по поводу опроса или какого-то конкретного вопроса была учтена и требует ее задокументировать. Для респондента это демонстрация того, что его мнение и замечания действительно услышаны. Для самого интервьюера это «буферная зона» для снятия стресса после тяжелого интервью.

5. Интервьюеры хорошо знакомы с опросниками и знают, что в конце должны заполнить отчет. Поэтому в процессе интервью они уже фиксируют обстановку, в которой проходит беседа, трудности, замечания респондента и т.д. Таким образом, отчет уже на стадии опроса заводит у интервьюера механизм саморефлексии и самоконтроля.
6. Цели отчетов подобного рода, во-первых, внешний контроль интервьюеров, повышение чувства ответственности и самоконтроля, и, во-вторых, получение важнейшей методической информации непосредственно из поля, как от интервьюера, так и от респондента. Поскольку если один и тот же анкетный вопрос вызвал трудности или сомнения у нескольких респондентов, есть основания усомниться в правильности формулировки данного вопроса.
7. Еще одна функция отчетов – это буферная зона, где интервьюер может «выговориться», высказать недовольство, претензии, перенести негатив от общения на бумагу и т.д. Надо отметить, что в исследованиях со «сложными» респондентами эта функция является едва ли не основополагающей.

Социологическое исследование качества жизни как фактора формирования имиджа России

Брянцева Екатерина Александровна

старший преподаватель

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: brianseva@list.ru

Формирование имиджа нашей страны проходило в условиях социальной трансформации от авторитарного общества СССР к свободному и демократичному обществу современной России. На базе идеализированного представления об опыте стран Запада научной общественностью были сформированы определённые ожидания относительно данного процесса.

Так, в отечественной науке структурным ранжированием образа страны как общественного явления занимался политолог Э.А. Галумов, выделивший такие элементы имидж-структуры России как имидж власти, имидж российской демократии, имидж Вооружённых Сил РФ, имидж российской экономики, внешнеполитический имидж России, имидж информационной политики государства [3; 60-66]. Также, некоторые учёные предположили, что характерная черта имиджа СССР – ориентация на удовлетворение стандартного комплекса индивидуальных потребностей человека [4; 154-175], детерминированных советским обществом. В то время как характерная черта имиджа современной России – удовлетворение максимального разнообразия потребностей личности на базе условий, созданных государством для её благоприятного развития, где качество жизни выступает показателем уровня имиджа страны. Опираясь на опыт зарубежных исследователей, рассматривающих различные пути достижения высокого качества жизни населения (например, модели качества жизни Римского клуба и «знаниевая» модель), отдельные российские учёные полагали, что для России эти модели могут послужить образцом для подражания [6;221].

Однако, сегодня необходим новый взгляд на процесс формирования имиджа России, ориентированный на обеспечение достойного качества жизни как выражения удовлетворённости личности своей жизнедеятельностью в современном социуме. Поэтому, опираясь на концепцию текущей современности З. Баумана [2], предложен авторский подход к социологическому исследованию качества жизни как фактору формирования положительного имиджа России в условиях глобализации современного мира [5]. Данный подход разработан автором в рамках его научно-исследовательской работы на кафедре методологии социологических исследований социологического факультета МГУ под руководством профессора Ю.П. Аверина, разработавшего концептуальную модель социологического исследования качества жизни [1;168-176].

В результате проведённого исследования проанализированы возможности применения социологических методов в изучении качества жизни как фактора формирования имиджа России, предложены к рассмотрению перспективные направления дальнейшего развития данной проблематики в современной социологии.

Литература

1. Аверин Ю.П. Концептуальная модель социологического исследования качества жизни // Социальные изменения и социальные процессы: Россия и глобализация. Материалы научной конференции «Ломоносовские чтения-2007»: сб. научн. докл. преподавателей и профессоров / Под ред. В.И. Добренкова и др. М., 2007.
2. Бауман З. Текущая современность / Пер. с англ. под ред. Ю.В. Асочакова. СПб., 2008.
3. Галумов Э.А. Имидж против имиджа. М., 2005.
4. Гиллер Ю.И. Социология самостоятельной личности. М., 2006.
5. Добренков В.И. Глобализация и Россия: социологический анализ. М., 2006.
6. Лига М.Б. Качество жизни как основа социальной безопасности. М., 20

Теоретический и практический анализ поведения потребителя: взаимодействие в условиях рынка недвижимости.

Галкин М.Н.

аспирант 2г.о.

ИППК Южный Федеральный Университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: mngalkin@nm.ru

Все более ускоряющийся темп развития мирового сообщества в рамках глобализации и связанных с этим процессов, таких как унификация информационного потока, развитие транскультурных норм поведения и ценностей в тоже время углубляющаяся региональная специализация, ведут к необходимости понимания того, что ряд проблем, на первый взгляд, имеющий исключительно локальный характер, приобретают достаточно общие черты. К таким проблемам, в частности, можно отнести поведение потребителя (изучение мотивационной составляющей и возможностей управленческого воздействия) на рынке недвижимости.

Рынок недвижимости определяется во многом местом своего развития и в этом проявляется его локализованность и закрытость. С другой стороны глобальные информационные потоки меняют структуру потребностей акторов рынка, детерминируя локальную ситуацию и «запуская» действие достаточно схожего социального механизма. Уже в этом можно усматривать проявление глобального аспекта поднимаемой проблемы. При этом следует учитывать, как минимум два ракурса особенно значимых для российских условий. Первый – это государственное значение развития сектора недвижимости и его взаимовлияние и взаимообусловленность с динамикой и направленностью развития общества в целом. Второй – степень экономической привлекательности сектора недвижимости. Если первый обуславливает, в первую очередь, актуальность изучения проблемы в рамках научного осмысления, то второй порождает практические аналитические конструкты призванные оптимизировать конкретный локальный рынок.

Научное осмысление поведения потребителя как такового берет свое начало в XIX-XX веках и связано с именами К. Маркса (товарный фетишизм), Т. Веблена (показное потребление), Г. Зиммеля (теория моды), В. Зомбарта (концепция роскоши), М. Вебера (концепция статусных групп и протестантской этики). Дальнейшее развитие этих концепций произошло в рамках маркетинга и осмысления поведения потребителя как отдельной дисциплины. Следующий этап связан с именем З.Фрейда и мотивационными исследованиями. Психология повлияла и на развитие понимания взаимодействия с потребителем в качестве информационного процесса.

На настоящий момент все перечисленные теории сохранили свои концепции в теоретическом ядре научной парадигмы, но наиболее цитируемыми источниками, применимо к рассматриваемой проблеме, стали работы П.Бурдьё, И. Гоффмана, М. Бахтина и, что касается общества потребления, Ж. Бодрийяра. Таким образом, акцент смещается на значимость культурной и социальной мотивации потребителей.

В это же время наиболее динамично развиваются школы практического анализа. Их основной целью становится выработка практических рекомендаций для конкретных рыночных случаев. Постепенно формируется отдельный рынок консалтинговых услуг.

Все это способствует проявлению тенденции унификации методологии исследований и разработки программ прикладных проектов.

Как правило, методы исследования заимствовались из современных, на период подготовки проектов, концепций в изучении поведения потребителей. В связи с чем, этапы развития практических школ практически совпадают с развитием теоретических оснований. Но, в отличие от научных подходов, практическое применение характеризуется большей гибкостью и многоосновностью относительно применяемого инструментария.

Однако, в последнее десятилетие, ситуация существенно меняется. Это связано с возросшим спросом на консалтинговые услуги, как за рубежом, так и с процессом формирования их рынка в России. В консалтинговые фирмы (Knight Frank, Cushman & Wakefield Inc., Colliers International и т.д.) приходят новые сотрудники из различных сфер, что позволяет разнообразить инструментарий и вводить новые виды анализа в свои отчеты.

Таким образом, концепции, наработанные в рамках научных школ XX века, позволяют проводить общий анализ трендов на потребительском рынке, в то время как практические компании обладают универсальными наработанными методами анализа конкретных ситуаций. *Теоретическое осмысление* позволяет анализировать взаимосвязанность рынков в условиях одного или нескольких регионов, оценивать ценности, установки и образцы поведения потребителя в различных регионах, проводить сравнительный анализ этих рынков в условиях глобального сетевого общества (М. Кастельс). *Практический инструментарий* позволяет описывать конкретные рыночные ситуации, анализировать потребности потребителей, выявлять наиболее востребованный тип недвижимости и его характеристики на сегодняшний день.

Однако, теоретико-методологический мостик между ними еще весьма хрупок, в результате – ни одно ни другое не дает адекватного инструментария для прогнозирования как глобальных процессов изменения поведения потребителя на рынке недвижимости, так и его изменений в течении 2-3 лет на конкретном локальном рынке.

Эта ситуация характеризует кризис как в научном так и в аналитическом сообществе. В связи с чем нами видится перспектива в возможности создания инструментария нового поколения, позволяющего с определенной степенью приближенности строить прогноз, на основаниях современных концепций теоретического анализа глобального сетевого общества, с учетом возможностей многоосновного инструментария, наработанного в рамках практической аналитики, дополненного пониманием специфики свободного распространения унифицированного информационного потока, трансформации культурных норм и ценностей в результате их сетевой транскрипции, с определением особенностей характерных для локального региона.

Литература

1. Бодрийяр. Ж. Символический обмен и смерть/М.: "Добросовет". - 2000
2. Belk R.W. Studies in the new consumer behaviour // D.Miller. Acknowledging Consumption. A Review of New Studies. London and New York: Routledge, 1995.
3. Campbell C. The Sociology of Consumption // D.Miller (Ed.). Acknowledging Consumption. Review of New Studies. London and New York, 1995. P.96-126.
4. Castells M., -Ardevol M.F., Qiu J.L. Sey A. The Mobile Communication Society: A cross-cultural analysis of available evidence on the social uses of wireless communication technology/University of Southern California, Los Angeles,2004.

Вкусы и стили жизни как маркеры социальной структуры (на примере Украины)

Гарыгина Ольга Сергеевна

аспирант

Университет «Киево-Могилянская Академия», кафедра социологии, Киев, Украина

E-mail: garochka@yandex.ru

Введение

На сегодняшний день становится все более понятным, что существующие методы социальной стратификации не являются достаточными для изучения структуры украинского общества. В социологии традиционно сформировалось несколько подходов для изучения социальной структуры: стратификационный (на основе базовых демографических характеристик: уровень дохода, уровень образования и профессиональный статус), самооценочный (на основе самоотнесения респондентами самих себя к высшему/ среднему/ нижнему слоям общества), а также следует отметить и поведенческий подход, который подразумевает классификацию общества на основе реальных практик индивидов. Однако, учитывая специфику украинского общества, ни один из выше перечисленных подходов не является универсальным. Стратификационный подход предполагает зависимость между квалификациями индивидов, размерами его вознаграждения и общей материальной ситуацией, но в украинском общества прямая зависимость между данными показателями не наблюдается. Информация, полученная в результате самооценок респондентов, также вызывает сомнение – причины этому, психологические механизмы, которые стимулируют респондентов отмечать для себя желаемую социальную позицию, даже, если она не отображает реальной ситуации. С другой стороны, недостаточная легитимация богатства в Украине результирует в занижении индивидами оценки своей материальной ситуации. Что касается поведенческого подхода, все еще существуют разногласия относительно того, какие практики повседневной жизни наиболее важны для стратификации индивидов в обществе. На сегодняшний день, этот подход не может функционировать как самостоятельный и является скорее дополняющим описанием поведения индивидов в конкретных сферах жизни. Но для структуризации общества необходим более глубокий анализ практик индивидов – на основе мотиваций их выборов.

В то же время, в смежных с социологией науках, которые также стремятся сегментировать общество, используются другие подходы. Так, например, среди маркетологов, изучающих типы и поведение потребителей, большой популярностью сегодня пользуется подход, основанный на изучении стилей жизни индивидов. Стоит отметить, что весомый вклад в концепцию такой структуризации общества внес французский социолог Пьер Бурдьё. Однако во многих современных исследованиях интерпретация идей Бурдьё является достаточно упрощенной, поскольку стили жизни для Бурдьё являются лишь производными и отображающими вкусы респондентов. И именно вкусы – как склонность выбирать что-то конкретное - являются индикаторами общей социальной ситуации индивидов, в которой они собственно и сформировались.

В 2007 году нами была предпринята попытка адаптировать идеи Бурдьё для изучения вкусов и их функциональности как индикаторов социальной структуры для украинского общества.

Методы

Для эмпирического этапа исследования использованы данные проекта Marketing&Media Index (компании ТНС Украина) за 4 волну 2006 года. Данные репрезентативны для городского населения Украины (города с населением 50 тысяч и выше) 16-65 лет. На основе факторного анализа психографических суждений выделены четыре ориентации вкусов: «экономность», «самодостаточность», «предприимчивость» и «претензионность – и соответствующие им выборы досуговых практик, а также предпочтения относительно ежемесячных журналов и радиостанций. Далее данные показатели были сопоставлены с помощью анализа соответствий (Корреспонденс-анализ).

Результаты

В результате, нам удалось отобразить социальное пространство, в котором стили жизни распределились по двум осям – условно мы их обозначили как ось «социальности» («публичности») и ось «гендера». В соответствии с тем, как расположились в данном пространстве показатели каждой вкусовой ориентации, были выделены четыре основных стиля жизни: «домашний экономный», «домашний самодостаточный», «социально-претензионный», «социально-неограниченный».

Наложение социально-демографических переменных на пространство стилей жизни демонстрирует, что предложенная нами схема вполне сопоставима с традиционными индикаторами социальной ситуации индивидов, такими как уровень дохода и профессиональный статус. Однако, полученные результаты отличны от тех, которые получил Бурдьё на примере французского общества: например, не наблюдается прямая зависимость между уровнем дохода и образования - при этом, наблюдается увеличение дохода индивидов от предпочитающих «домашний экономный» стиль жизни к приверженцам «социально-неограниченного» образа жизни. Более того, по этой же оси в украинском обществе распределены и возрастные отличия респондентов – например, низкий доход более характерен для людей старшего возраста, которых характеризует «домашний экономный» образ жизни, и, наоборот, для молодых людей более характерен «социально-претензионный» образ жизни. В то же время, профессиональный статус отображает распределение индивидов по оси от «домашних» образов жизни к «социально-неограниченным».

Таким образом, мы видим, что в каждом обществе существуют свои уникальные факторы, которые различным образом влияют на его структуру, как, например, для украинского общества высокую значимость имеет фактор склонности к символически «женским» или «мужским» практикам. И все же, идея структуриации общества на основе вкусов и стилей жизни имеет достаточно высокий потенциал в современных условиях и требует дальнейшей методологической разработки.

Литература

1. Бурдьё П. Различение: социальная критика суждения// перевод Кирчик О.И. – Экономическая социология, №3. Т6. – 2005. – С.25-48.
2. Бурдьё П. Структура, габитус, практика// Журнал социологии и антропологии. – 1998., Т.1, выпуск 2: www.soc.pu.ru/publications/jssa/1998/2/4bourd.html. 10.12.2006
3. Бурдьё П. Формы капитала// Экономическая социология, Том 3, № 5, 2002. – С.60-74
4. Бурдьё П. Художественный вкус и культурный капитал // Массовая культура и массовое искусство. «За» и «против». – М.: «Гуманитарий», 2003. – С.431 -453
5. Куценко О. Общество неравных. Харьков, 2000. – Розділ 5: <http://socnet.narod.ru/library/authors/kuzenko/5-3.htm>. 15.11.2006
6. Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Jugement Taste // translated by R.Nice. - London: Routledge, 1986. – 614 p.
9. DiMaggio P., Cohen J. Information Inequality and Network Externalities: A Comparative Study of the Diffusion of Television and the Internet // Princeton University. – 2003. – 60 p.
13. Williams S.J. Theorising Class, Health And Lifestyles: Can Bourdieu Help US?// Sociology of Health&Illness. 1995. - Vol.17. - №5. – P. 577 – 604.

Качественная методология исследования: методы визуальной социологии

Демьяненко Михаил Сергеевич

Студент

Забайкальский Государственный Гуманитарно-Педагогический Университет им. Н.Г.

Чернышевского, Социальный факультет, г. Чита, Россия

E-mail: misha_0785@mail.ru

Введение

Визуальные материалы (фотографии, фильмы, видеофильмы) представляют собой интереснейший объект для изучения социальных реалий в таких общественных науках, как, прежде всего, социология, социальная антропология, культурология, этнография. Тот объем информации об окружающем мире, его явлениях и процессах, который сегодня существует, все чаще и чаще преподносится человеку в виде визуальных репрезентаций, реализуемых посредством стремительно развивающихся медиа-средств, глобальной сети Интернет. Соответственно, с ростом визуального потока информации (а в недалеком будущем, возможно, и его доминированием) будут увеличиваться в его структуре сведения о политической, культурной, экономической и социальной жизни социума. Поэтому именно изучение фотографий, фильмов и видеофильмов настолько актуально для современной общественной науки. «Запечатленный фотографией образ позволяет не только воспроизводить внешний вид человека, но и более наглядно представить образ той эпохи, которой он принадлежит: мелочи быта, одежду, настроение – дух времени» - считает В.В. Семенова. Ряд отечественных ученых, в числе которых В. Круткин, П. Романов, Е. Ярская-Смирнова, считают, что «репрезентации в визуальной культуре (кинематограф, фотография, живопись, реклама, медиа) влияют на социальные представления, направляя и оформляя повседневные практики людей. Фото, видео, кино, электронные СМИ, другие разнообразные визуальные материалы представляют интерес для исследователя и в качестве культурных текстов, и как репрезентации социального знания, и как контексты культурного производства, социального взаимодействия и индивидуального опыта».

В проделанной работе проведен опытный анализ двух видов визуальных материалов. Первые – это документальные фотографии, запечатлевшие историю ВУЗа (ЗабГГПУ), которые изучались на предмет отражения и усвоения корпоративной культуры, насчитывающей 70 лет, то есть со дня основания университета (тогда еще института) до настоящего времени. Второй документ – это художественный фильм «Бриллиантовая рука», который рассматривался в ракурсе социологии семьи, а именно – исследование доминирования женщины в советской семье в 70-х годах прошлого века.

Методы

К анализу визуальных свидетельств нужно подходить, прежде всего, с точки зрения современной парадигмы социальных наук, дабы не допустить грубых просчетов и субъективизации результатов исследования. В представленной работе использованы качественные методы анализа и интерпретации фото- и фильмоматериалов, предложенные Е. Мещеркиной-Рождественской и Т. Власовой. Среди них – дескрипция (вербальное перефразирование текстовых и изобразительных посылов), акрибическая реконструкция (анализ значений символического содержания текстовых и изобразительных посылов) и социокультурная интерпретация, а также в качестве вспомогательного метода при изучении фотоснимков – их нарративизация.

Результаты

Основным источником материалов для исследования репрезентации корпоративной культуры ВУЗа послужили документальные фотографии, посвященные основанию, развитию и состоянию на сегодняшний день учебного заведения. Изучались возросшее внимание к фотоснимкам в год юбилея ЗабГГПУ (70 лет), лица, запечатленные на них, которые вошли в историю города и области, здания корпусов, которые, например, во время Великой отечественной войны приобретали статус госпиталей, а главное – влияние этих фотографий на формирование организационной культуры, ее усвоение современными студентами и сотрудниками, то есть транслирующая и социализирующая функция культуры отдельно взятого учебного заведения.

Изучение художественного фильма «Бриллиантовая рука» выявило, что в 70-х годах XX века роль женщины в СССР была очень значима как в семье, так и на поприще работы (в качестве примера можно привести героиню Н. Мордюковой – сильный, амбициозный, даже в чем-то мужественный образ управдома). Здесь можно проследить тенденцию доминирования женщины в семье того времени, опять же имеющей место в силу событий 1941-1945 годов.

Проведение подобного экспериментального анализа фото- и киноматериалов имело целью апробацию новых методологических подходов в исследовательской практике социальных наук, в частности – социологии. Данные методы примечательны тем, что они обогащают спектр качественных методов социологии, причем именно российской социологической науки, актуальность их оправдана постоянно возрастающей визуализацией большинства сфер жизни общества.

Литература

1. Визуальные аспекты культуры – 2007: Сб. науч. ст. / Под ред. В.Л. Круткина, Т.А. Власовой. – Ижевск: ГОУВПО «Удмуртский государственный университет», 2007.
2. Власова Т.А. Рассматривание, рассказывание, припоминание: нарративизация содержания семейных фотоальбомов // Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность / Под. ред. Е.Р. Ярской-Смирновой, П.В. Романова, В.Л. Круткина. – Саратов: Научная книга, 2007.
3. Мещеркина Е.Ю. Феминистский подход к интерпретации качественных данных: методы анализа текста, интеракции и изображения // Введение в гендерные исследования. Ч.1. / Под ред. И. Жеребкиной. – Харьков, ИГИ; СПб.: Алетея, 2001.
4. Мещеркина-Рождественская Е.Ю. Визуальный поворот: анализ и интерпретация изображений // Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность / Под. ред. Е.Р. Ярской-Смирновой, П.В. Романова, В.Л. Круткина. – Саратов: Научная книга, 2007.
5. Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. – М.: Добросвет, 1998.

Опыт применения средств булевой алгебры для анализа социологических данных.

Дерновая Анна Владимировна¹

Студентка

Российский Государственный Гуманитарный Университет, Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: anja.dernovaya@mail.ru

В социологии накоплен богатый опыт применения различных методов сбора и анализа данных. Результаты анкетного опроса традиционно обрабатывают и интерпретируют с помощью статистических методов.

При использовании математико-статистического подхода можно выделить несколько уровней анализа данных. На описательном, или одномерном, уровне анализа одним из важнейших является критерий частотности, с помощью которого описывается мера выраженности свойств, на многомерном уровне производится поиск зависимости между переменными. Математико-статистический подход является весьма эффективным, но не единственно возможным. Успешно анализировать социологические данные, можно также с помощью логико-комбинаторных средств, в частности, используя булеву алгебру.

Методы анализа социологических данных, основанные на использовании логико-комбинаторных средств, разрабатываются в России и за рубежом [3, 4, 5, 6, 7, 8]. Американский социолог Ч. Рейджин одним из первых успешно применил булеву алгебру для анализа социологических данных. Он проводил качественный сравнительный анализ для изучения явлений макроуровня [7]. Рейджина привлекло то, что с одной стороны, средства логики обеспечивают целостный, комплексный подход к анализу социологических данных (что выражается в стремлении сохранить максимальную сложность описания явления), с другой стороны, в рамках данного подхода существует механизм формализации данных – возможность производить обобщения.

Использование данной методики подразумевает и работу над соответствующим дизайном опросного инструментария. Социолог формулирует тему исследования, а также характеризующие её утверждения, которые будут преобразованы в вопросы анкеты. Причём каждый вопрос анкеты предполагает только два варианта ответа: «да» или «нет».

При анализе данных ответы респондентов на каждый вопрос рассматривается не по отдельности, а в контексте ответов на все вопросы. Это позволяет учитывать сложность, комплексность мнений респондентов относительно изучаемого явления.

Использование булевой алгебры для анализа результатов социологического опроса позволяет решить следующие задачи. Во-первых, извлечение статистической информации - приписывание веса каждому существующему мнению, т.е. подсчёт количества респондентов, обладающих определённым мнением (впрочем, в рамках логико-комбинаторного подхода частотный критерий не так важен, как для статистического анализа). Во-вторых, выявление существенных и несущественных переменных. Для этого строится сокращённое булево выражение (сокращённая ДНФ), которое содержит только существенные переменные, а также является более простым описанием данных. В-третьих, анализ непротиворечивости мнений постулатам о связях

¹ Автор выражает признательность доц., к.с.н. Стрельниковой Анне Владимировне за помощь в подготовке тезисов

между переменными (внутренних связей между вопросами анкеты), которые формулирует социолог.

Для того, чтобы проиллюстрировать возможности применения методов булевой алгебры, был проведен методический эксперимент. В качестве информационного ресурса был использован вторичный источник - стандартная база социологических данных по результатам анкетного опроса по теме «Отношение москвичей к мигрантам». Анализ данных производился с помощью специально разработанной компьютерной программы QuestAnalyzer.

Специфика использования булевой алгебры для анализа результатов социологического анкетного опроса заключается в том, что рассматриваются не ответы на отдельные вопросы, а мнения целиком. Чем больше вопросов мы анализируем, тем больше возможное разнообразие мнений. Следует отметить, что использование булевой алгебры становится эффективнее при небольшом числе переменных и значительном количестве рассматриваемых случаев (респондентов).

Методы анализа данных, основанные на использовании средств логики активно разрабатываются [6, 8] и могут занять достойно место в арсенале социологов.

Список использованной литературы:

1. Глушков В.М. (1962) Синтез цифровых автоматов. М.: Физматгиз
2. Готлиб А.С. (2005) Введение в социологическое исследование: качественный и количественный подходы. Методология, исследовательскиерактики. М.: Флинта.
3. Климова С.Г., Михеенкова М.А., Панкратов Д.В. (1999) ДСМ-метод как метод выявления детерминант социального поведения // НТИ Сер.2, №12.
4. Панкратов Д.В. (2001) Логические и программные средства качественного анализа социологических данных. Автореф. дис канд.техн.наук. М., [б.н.].
5. Стрельникова А.В. (2007) Сравнительное исследование как новое направление в социологической методологии // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология». №2-3.
6. Финн В.К., Михеенкова М.А. (2002) О логических средствах концептуализации анализа мнений // НТИ Сер. 2, №6.
7. Ragin C.C. (1987) The comparative method: Moving beyond Qualitative and Quantitative Strategies. Berkeley, Los Angeles and London: University of California Press.
8. Rihoux B. Qualitative Comparative Analysis (QCA) and Related Systematic Comparative Methods // International Sociology. Vol. 21. No.5.

Особенности изучения общественного мнения блогосферы методом контент-анализа.

Иванова Инна Игоревна²
студент

Рязанский Государственный Университет имени С.А.Есенина, Рязань, Россия

E-mail: iiivanovochka@rambler.ru

Интернет является неотъемлемой частью современной реальности. Это обуславливает необходимость его всестороннего изучения. Отражением общественного мнения в глобальной сети являются блоги - электронные дневники. Исследуя блогосферу, можно проследить культурную, политическую жизнь общества, составить прогнозы. Согласно результатам исследования, за 2007 год число русскоязычных дневников выросло в 2,6 раза. Их доля в мировом масштабе составляет 3%. Средний возраст владельца составляет 22 года, около 60% авторов — женщины. Один из индикаторов - «Пульс блогосферы» - распределение внимания по темам во времени. Базой данных служат 45 миллионов записей на портале blogs.yandex.ru³.

Эффективный способ исследования СМИ – контент-анализ. Начало использованию метода положил Г. Лассуэл [1]. Сфера электронных дневников сегодня охвачена лишь маркетинговыми исследованиями, хотя контент-анализ применим и к изучению общественного мнения блогосферы.

Цель исследования – выявить особенности использования метода контент-анализа в исследованиях блогосферы. Задачи – разработать механизм применения метода, рассмотреть в качестве примера несколько смысловых единиц и выделить достоинства и недостатки механизма. Основываясь на данных статистического портала и процедуре применения метода контент-анализа, была разработана прикладная схема исследования аспектов мнения авторов электронных дневников в Интернете – блогов – по актуальным вопросам современности.

Особенности изучения общественного мнения блогосферы методом контент-анализа:

- возможность применения процедуры попарного сравнения смысловых единиц (количественный контент-анализ). Например, средняя частота употребления слова «патриотизм» интенсивнее, чем «расизм», значит, «патриотизм» получает 2 балла. «Расизм» встречается чаще, чем «космополитизм», присваиваем этому понятию 1 балл;
- возможность проследить частоту употребления смысловых единиц в

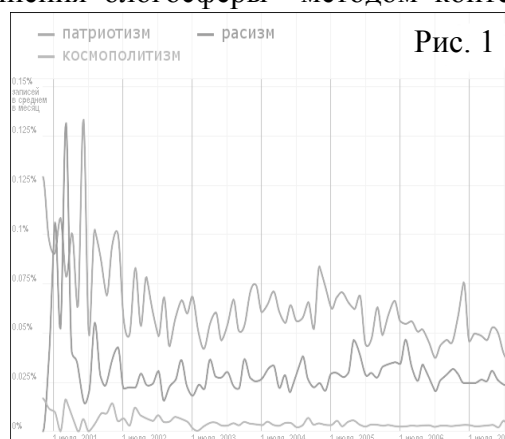


Рис. 1



Рис. 2

² Автор выражает признательность доценту, к.ф.н. Степанову Н.А. за помощь в подготовке тезисов.

³ <http://blogs.yandex.ru/>, функционирует в Интернете с 22 марта 2006 года

различных временных периодах. Так, динамика использования понятия «патриотизм» - отрицательная;

- возможность отметить максимумы и минимумы, выявить причинно-следственные связи. Можно заметить, что пик употребления слова «патриотизм» приходится на период, когда в России отмечается День Победы. Общественное мнение блогосферы чутко реагирует на события российской действительности;
- применение методики имеет минусы: сложность анализа контекста употребления смысловых единиц, невозможность верификации социально-демографических характеристик авторов.

Разработанный механизм, в соответствии с задачами исследования, был опробован на примере нескольких смысловых переменных. Это позволило проиллюстрировать теоретические аспекты и показать аналитические возможности алгоритма. Результаты исследования выявили негативные и позитивные особенности использования метода контент-анализа в исследованиях блогосферы.

Изучение общественного мнения блогосферы методом контент-анализа слабо освещено в современной научной литературе, что предоставляет широкие возможности для дальнейшей проработки темы. Использованный метод применим к исследованиям во многих сферах социальной действительности. Это обусловлено возможностью обработки и анализа большой базы данных с помощью современных технологий.

Литература:

1. Шалак В.И. «Современный контент-анализ. Приложения в области: политологии, психологии, социологии, культурологии»
2. G. Lasswell. Propaganda, communication and public order. Princeton, 1946.
3. <http://newideology.ru/dictionary/231/kontent-analiz>

Специфика социологических методов сетевых сообществ.

Евгения Евгеньевна Киселева

Студентка

Астраханский государственный университет, г. Астрахань, Россия

Email: kisanochka@mail.ru

Структуры социального взаимодействия, возникающие с использованием новых информационно-коммуникативных технологий, являются предметом изучения уже достаточно длительное время – со второй половины 80-х годов, когда стала развиваться тенденция превращения сети Интернет в массово-доступную коммуникативную среду, не только замещающую традиционные технологии в этой сфере, но и создающую новые аспекты взаимодействия между людьми.

О возможности возникновения виртуальных коммуникативных сообществ говорил еще один из основателей кибернетики Винер. Новое социальное пространство уже давно осваивается путем художественной рефлексии – особо в этом преуспели писатели – фантасты и кинематографисты. Первичный опыт отношения (архетип, модус структурирования восприятия) к киберсообществам коренится в культурных событиях 60-70 г.г. двадцатого столетия – прежде всего в становлении социального альтернативизма «новых левых».

Первые реальные Internet-сообщества возникли в 1979 г., в связи с появлением открытых электронных досок объявлений (bulletin board system, сокращено BBS). С возникновением в 80-х годах групп рассылки электронных сообщений и чат-форумов это явление получило дальнейшее развитие.

Возникающие массовые общности в Сети, которые сначала были продолжением традиционных социальных сообществ (пользователи информационно-аналитических, финансовых, коммерческих, научных структур), затем стали возникать нетрадиционные сообщества, которые стали именоваться «киберсоциумами», «виртуальными», или «онлайн-сообществами», применяется также понятие «киберобщина». Естественно, что они стали предметом внимания со стороны социологов.

Однако, существующие в настоящее время методики для исследования Интернет аудитории (такие как КОМКОН-2, Intersurvey и т.д.) направлены преимущественно на выявление мнения по тому или иному вопросу, а не на изучение самих киберсообществ.

Проблема применения традиционных социологических методов для изучения сетевых сообществ заключается в том, что в данном случае они приобретают свою специфику. Можно выделить четыре основных метода, применимых для исследования киберсообществ:

- 1 Implicit poll («латентный опрос»)
- 2 Социолингвистическое наблюдение
- 3 Скрытое включенное наблюдение
- 4 Анализ дневников в Интернете

Остановимся на первых двух из них поподробнее. Implicit poll («латентный опрос») – новая техника on-line опросов, разработанная нами для изучения сетевых сообществ и была апробирована путем пилотажного исследования (на примере сайта знакомств).

Суть данной методики заключается в том, что респондент не знает о своем участии в опросе. Данный опрос проводится следующим образом: исследователь регистрируется на сайте знакомств, а затем рассылает попавшим в выборку членам данного сообщества так называемый «тест на совместимость», который им и предлагается пройти, и отправить обратно для получения результатов. Соответственно тоже самое делают и их «вторые половинки» по их просьбе. Для этого присваивается определенный код. За генеральную совокупность принимаются все посетители сайта, их число указывается на самом сайте. В

отличие от других видов on – line опросов в данном исследовании можно использовать квотную выборку (по полу, по возрасту, и частоте посещения сайта). Анкета состояла из трех вопросов, касающихся личностных качеств посетителей сайта. Из 100 отосланных анкет, процент возврата составил 60%.

Так как цель исследования заключалась в проверке инструментария, то можно сделать вывод, что данная методика может применяться на практике. В рамках данной методики возможны различные модификации (различные вопросы), отличительной чертой данной методики является заинтересованность респондентов в опросе.

Второй метод, который можно использовать для изучения киберсообществ-социолингвистическое наблюдение. Общение в Интернет представляет собой новый вид социальной коммуникации. Специфика такого общения состоит в том, что письменная речь совпадает с устной, т.е. слово предстает здесь как единство звука и формы. Суть данного метода состоит в анализе речи респондента и выявлении различных характеристик. Исследователь фиксирует наблюдаемый речевой материал. В обычном социолингвистическом наблюдении фиксация может осуществляться двумя основными способами: вручную и инструментально. В режиме on-line необходимо фиксировать информацию только вручную, также возможно только включенное наблюдение, ввиду такой собой киберсообществ как незаинтересованность в различных исследованиях.

Итак нами были названы только некоторые методы исследования сетевых сообществ. Для исследования их необходимо применять не только количественные , но и качественные методы социологического исследования, однако необходимо будет выявить их специфику для изучения сетевых сообществ.

Из всего выше изложенного можно сделать вывод, что социологические методы применимы к исследованию киберсообществ, однако при их применении следует учитывать специфику сетевых сообществ.

Литература

- 1 Щербина В.Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа, Бердянский государственный педагогический институт, Бердянск,2001
- 2 Докторов Б.З. Онлайн-опросы: обыденность наступившего столетия// Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев. 200 №4
- 3 www.fomclub.ru
- 4 А.Д. Швейцер Введение в социолингвистику
- 5 Жичкин А.Е. Теория, практика и методология опросов в Интернет.

Психиатрическая изоляция как практика социального отлучения⁴

Литвинова Анна Анжелика Сергеевна

Студент

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, социологический факультет, Москва, Россия

A_litvinova@inbox.ru

Психические больные традиционно рассматриваются как стигматизированная и подверженная социальному отлучению группа. Однако на практике можно наблюдать ряд эффектов, которые не связаны с процессами стигматизации и неприятия со стороны общества, но по своим последствиям могут быть включены в практику социального отлучения (исключения) и обусловлены функционированием системы психиатрии. Речь идет о социальной дезадаптации, о замыкании бывшего пациента на самом себе или ближайшем окружении, о невозможности и нежелании повторной интеграции в общество. Это позволяет говорить о функционировании психиатрии, в том числе как практики социального отлучения, что является результатом прямо противоположным номинальной, явной функции и ожидаемым последствиям психиатрического вмешательства - возвращению психически больного человека в прежнему образу и порядку жизни, повторному включению в социальное пространство.

Теоретическими основами социологического анализа психиатрической изоляции, прежде всего может выступать концепция дисциплинарной власти М. Фуко, согласно которой функционирующая в современном обществе дисциплинарная власть - это особая форма всеобъемлющего контроля, призванная обеспечить наибольшую "эффективность" каждого члена общества и предполагающая особый порядок существования девиантных групп. Принцип распределения и классификации всех элементов дисциплинарной системы всегда предполагает некий остаток, иными словами, всегда есть нечто неклассифицируемое, то, что не может войти в общую систему распределения. Этот «остаток» вытесняется в дисциплинарные системы второго порядка, такие, как психиатрическая больница и тюрьма, где они, с одной стороны, классифицируются, вписываются в систему в условиях специфического порядка, а с другой - изолируются, что предупреждает их дестабилизирующее влияние на существующий общий порядок. Как и дисциплинарный подход М. Фуко, концепция явных и латентных функций Р. Мертона позволяет рассматривать описанные выше противоречия функционирования психиатрии как некую латентную функцию, а не как случайное следствие несовершенства работы данной системы. То есть, явной функцией психиатрии является поддержание существующего социального порядка за счет лечения психически больных и встраивания их в существующий общий порядок. Латентной же функцией в данном случае может быть все то же поддержание социального порядка, но уже за счет осуществления практик социального отлучения.

Мы предполагаем, что одним из эффектов функционирования психиатрических больниц является порождение, формирование групп психически больных как реальных социальных групп. Эффектом изоляции в данном случае оказывается замыкание не в собственной болезни, а в определенной группе, в изоляции не от окружающих больных, а от общества здоровых. Следствием его оказывается некоторый эффект самоизоляции от социального поля, к которому психически больной более не принадлежит. Специфика болезней определяет и специфику формы госпитализации. Человек, страдающий психическим расстройством, не вписывается в существующий социальный порядок, не ассимилируется существующими дисциплинарными системами. Спецификой

⁴ Тезисы доклада основаны на материалах социологического исследования с применением метода фокус-групп, проведенного автором в ноябре-декабре 2007 года.

госпитализации в системе психиатрии является, во-первых, возможность принудительной госпитализации, а во-вторых, невозможность отказа от госпитализации в последствии. Госпитализация в системе психиатрии выступает уже не просто как практика, осуществляемая ради обеспечения наилучшего лечения в условиях постоянного наблюдения за больным, но как практика реального отлучения. Эта система функционирует через изоляцию, исключение из общества тех, кто может нарушить стабильное функционирование той или иной дисциплинарной системы. А порождаемый госпитализацией и функционирующий автономно эффект самоизоляции может рассматриваться как некий превентивный механизм, удерживающий вчерашних пациентов на определенной дистанции и зачастую не дающий им возможности снова вернуться в общество.

Данные, полученные в ходе эмпирического исследования, позволяют сделать выводы о том, что предварительные гипотезы исследования были верны.

Психиатрию можно рассматривать как дисциплинарную систему второго порядка. В трех из четырех фокус-групп было сказано о том, что существует и «не совсем психиатрическое показание к госпитализации» - необходимость изолировать больного от окружающих. Как и предполагалось изначально, в больницах социальные группы психически больных формируются как реальные, а не теоретические, и, сформировавшись, они препятствуют возвращению бывших пациентов в общество здоровых, условно нормальных людей. Пациенты общаются друг с другом не просто потому, что лежат в одной клинике, а потому что они занимают сходные позиции в социальном поле. Более того, эти группы не просто существуют в стенах психиатрической лечебницы. Эти связи «выносятся» в обычную жизнь, образовавшиеся в больницах сети складываются в особый социальный мир, который оказывается реально существующим и по сути дела обособленным от остального общества. Эффект изоляции продолжает действовать и после выписки пациента из больницы и проявляется в отсутствии социальных ниш и условий для психически больных людей, в неприятии их со стороны общества, в стигматизации. В то же время действует и эффект «самоизоляции», проявляющийся в том, что бывший пациент после выписки из больницы зачастую не стремится вернуться в «обычную» жизнь, к прежним социальным ролям и наладить социальные контакты и связи с психически здоровыми людьми.

Психиатрическая изоляция действительно функционирует таким образом, что мы можем классифицировать ее как практику социального отлучения. В числе ее последствий оказываются социальная дезадаптация, разрыв социальных связей, отторжение индивида какой-либо группой и обществом в целом, потеря позиции в социальном пространстве и вытеснение за его пределы.

Полученные результаты говорят о необходимости дальнейшего изучения данного вопроса и поиска таких альтернативных форм организации и методов работы в системе психиатрической помощи, при которой воспроизведение социального порядка будет осуществляться преимущественно за счет номинальной, явной функции психиатрии при сведении к минимуму ее проявлений в качестве практики социального отлучения.

Литература

- М. Фуко. История безумия в классическую эпоху. // СПб.: Университетская книга, 1997
М. Фуко. Психиатрическая власть. // СПб.: Наука, 2007
М.Заречная. «Исповедь нормальной сумасшедшей» // М.: Инапресс, 2006
Г. Назлоян. «Душа, помещенная в тело или дикая психотерапия» // сайт Московского института Маскотерапии, http://www.masktherapy.ru/nauchnie_otchety.php

Е. Дмитриева. Фокус-группы в маркетинге и социологии. // М.: Издательство «Центр», 1998

Влияние приобретаемых в процессе обучения в ВУЗе качеств молодого специалиста на возможности его трудоустройства в современной России: задачи, стоящие перед исследователями.

Лымарь Марина Павловна, Симонова Ирина Вадимовна,

студентки III курса,

социологический факультет

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: lymarm@mail.ru, mialish@mail.ru.

В связи с изменениями в социально-экономической сфере страны в начале 90-х, повлекшими за собой необходимые изменения в сфере образования в целом, становятся актуальными исследования проблемы трудоустройства студентов, в частности вечерней формы обучения. В целях повышения эффективности образования и более успешного трудоустройства выпускников необходима информация о возможностях трудоустройства студентов и факторах, влияющих на данный процесс, исходя из того, что одним из основных признаков качества и престижа образования является востребованность выпускников вуза у работодателей.

Концептуальная схема нашего исследования такова: образовательные возможности учреждения → социальная группа «студенчество» → рынок труда молодых специалистов. Исследовательский вопрос в нашем проекте: каким образом происходит взаимодействие рынка труда и рынка образовательных услуг посредством реализации формируемых в процессе образования актуально и потенциально востребуемых профессиональных и личностных качеств социальной группы «студенчество». В ходе обучения в вузах вырабатываются различные модели поведения данной социальной группы. Представляется важным выявить, какие из них наиболее адекватны действительной ситуации. Сегодняшняя ситуация такова: с рынка труда через требования работодателей к специалистам поступают запросы, определяющие не только поведение нынешних и потенциальных работников, но и дающие импульсы развитию и совершенствованию системы образования, которая порой не всегда адекватно на них реагирует.

Наше исследование ориентировано выявить, хотя бы частично, те разногласия, которые существуют между рынком труда и рынком образования. Для этого мы исследуем такие формируемые в процессе образования характеристики студентов, предъявляемые в качестве требований работодателей, как: уровень профессиональных знаний, уровень знания иностранного языка, компьютерная грамотность, коммуникабельность, уровень мотивации к трудовой деятельности, обучаемость, самостоятельность, трудолюбие, дисциплинированность, стрессоустойчивость. Содержательная направленность данных характеристик студента формируется в зависимости от ориентированности образовательного учреждения либо на фрагментарное образование, либо на потребности рынка труда и общества в целом – интегральное образование.

Образование формирует не человека вообще, а человека в данном обществе и для данного общества. Одним из важнейших современных изменений в области образования является постепенный переход от концепции фрагментарного образования к концепции интегрального образования. Первая концепция рассматривает образование как относительно самостоятельную область жизни. Для образования такого типа характерны учебные заведения, в которых предметы преподаются только по утвержденным программам. Успехи учащихся таких учебных заведений и косвенным образом способности преподавателей определяются в основном с помощью письменных и устных экзаменов, и если учащиеся успешно их выдерживают, считается, что цель образования

достигнута⁵. Можно считать описание К. Мангеймом такого типа образовательного учреждения карикатурным, а между тем оно существует и поныне.

На формирование молодого специалиста с совокупностью представленных им на рынке труда его качеств как работника оказывает влияние все, чему он обучается, и еще в большей степени то, как он обучается. Интегральная концепция образовательной программы опирается на фундаментальное положение о том, что личность едина и неделима. Такое понимание личности работника уже давно учитывается западными работодателями, поэтому ими предъявляются такие требования к специалисту как наличие мотивации к трудовой деятельности, обучаемости, самостоятельности, трудолюбия, дисциплинированности, стрессоустойчивости. Однако в образовательных учреждениях не редко доминирует понимание специалиста как человека, прежде всего, обладающего набором теоретических знаний-фактов.

В образовательном процессе должна соблюдаться ориентация целей, методов и содержания образования на реальные потребности рынка труда в полноценном формировании личности специалиста. Только координированное формирование работника с социально-психологических и практических позиций может быть эффективным. Насколько это достигается в настоящее время и должно быть предметом нашего анализа в ходе исследования.

Литература:

1. Мангейм К. Диагноз нашего времени. Москва: Юрист, 1995 г. 700 с.
2. «Работодатели и выпускники вузов на рынке труда: взаимные ожидания». (Е.М. Авраамова, Ю.Б. Верпаховская)//Социологические исследования. 2006. № 4. С. 37-46.
3. «Молодые специалисты на рынке труда в ситуации безработицы». (Л. Шокарова, С. Махошева)//Практический маркетинг. 2006. №9. С. 30-36.
4. «Отдельные аспекты занятости и безработицы среди молодежи» (И.В.Рыжиков)//Вопросы статистики. 2006. №5. С. 78-87.

⁵ Мангейм К. Диагноз нашего времени, С. 461.

Структура и содержание процесса восприятия учащимися вузов образовательной программы

Муравьев Владислав Игоревич

студент

Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: vlad_muravyev@mail.ru

Восприятие учащимися высших учебных заведений образовательной программы - это сложный процесс приема и преобразования информации, в результате которого студент создает себе наглядный образ системы работ, характеризующейся набором определенных научных знаний и способов, которыми эти знания доносятся до учащихся.

Образовательные программы вузов относятся к профессиональным образовательным программам (направленным на решение задач последовательного повышения профессионального и общеобразовательного уровней, подготовку специалистов соответствующей квалификации), в отличие от общеобразовательных программ (которые направлены на решение задач формирования общей культуры личности, адаптации личности к жизни в обществе, на создание основы для осознанного выбора и освоения профессиональных образовательных программ). Образовательная программа высшего учебного заведения есть инструмент, предназначенный для управления современным образовательным процессом вуза, то есть целенаправленным процессом воспитания и обучения человека в вузе.

Использование образовательной программы предполагает взаимодействие преподавателей и студентов; каждая из этих групп потребляет свою "порцию" образовательной программы. Обязательный минимум содержания каждой основной профессиональной образовательной программы (по конкретной профессии, специальности) устанавливается соответствующим государственным образовательным стандартом. Нормативные сроки освоения образовательной программы в высшем учебном заведении определяются Законом и (или) типовыми положениями об образовательных учреждениях соответствующих типов и видов или соответствующим государственным образовательным стандартом.

Образовательная программа предполагает ответ на три базовых вопроса: ЧТО (объективация, кого готовит вуз, на кого он ориентируется, что делается для обеспечения подготовки специалиста), КАК (устройство обучения, т.е организация образовательного процесса и условия, в которых он протекает), ЗАЧЕМ (целеполагание, целевые ориентиры образовательной программы, стратегическая линия; взгляды, убеждения и предпочтения, которые, благодаря образовательной программе, должны быть внушены студенту). Целевые ориентиры российских образовательных программ определяются, если рассматривать ситуацию с точки зрения нашего исследования (его тема: "Влияние религиозных убеждений учащихся вузов на их восприятие образовательной программы, принятой в высших учебных заведениях"), светским характером Российского государства. Преподаватели вузов (среди которых достаточно много верующих людей), желают они того или нет, вынуждены готовить людей, ориентированных, если пользоваться церковной терминологией, на мирскую жизнь.

Литература:

1. А. Князева "Разработка новой образовательной программы: набор "мест""

(электронная версия:

http://edu.tltsu.ru/sites/sites_content/site125/html/media2028/Knyazeva_Nabor_elementov_obrazovatelnoi_programmi.doc)

2. <http://slovari.yandex.ru/dict/accounting> (словарь "Бухгалтерский учет, налоги, хозяйственное право")

Исследовательский потенциал социологии: особенности его оценки

Назарова Александра Михайловна

студентка 4 курса

*Уссурийский государственный педагогический институт, факультет русской филологии
и социально-гуманитарных наук, г. Уссурийск, Приморский край, Россия*

E-mail: askela_88@mail.ru

Исторический контекст возникновения социологии предполагает выделение в качестве основной задачи исследование социальных проблем и выработку методов и способов их решения. Однако характерной чертой современного состояния социологической науки является неопределенность теоретических оснований и, как следствие, слабая сопоставимость результатов исследования и низкая прогностическая эффективность. Следовательно, проблема определения критериев оценки эффективности теоретических и практических результатов должна выступать в качестве объекта научного исследования.

Решение данной проблемы будет во многом зависеть от того, как социология позиционирует себя на общенаучном пространстве, т.е. как четко она формулирует свои предметные границы.

1. Стоит отметить, что для современной социологии характерна установка на полипарадигмальность, что будет интерпретироваться как норма социологической науки. При этом важно учитывать следующее обстоятельство: любое установление единого предметного стандарта будет свидетельствовать о коллапсе социологии, возникающем в результате доминирования в научном сообществе тоталитарного дискурса.

2. С другой стороны, установка на полипарадигмальность будет стимулировать поиски эффективного методологического и методического обеспечения социологических исследований, направленных на адекватное отображение комплекса человеческих отношений: «полученные факты есть то, что они есть» [1, 5]. Однако здесь возникает «угроза» подмены онтологических оснований науки методологическими, что, по сути, означает превращение средства в самоцель.

3. Происходит активное влияние на социологическую науку извне, в частности, со стороны дисциплин экономико-управленческого цикла. При этом расценивать их следует не как отдельные и самостоятельные учебные предметы, а как порождения различных школ бизнеса, «где прагматизм инструментальных предписаний («ползучий» эмпиризм) «фаршируется» философическими произволами («путь паука», по Ф. Бэкону)» [2, 8].

В результате подобных процессов социология либо выступает в роли соподчиненной стороны в разнообразных социально-технологических союзах, что отражается в постоянной смене «фамилии», либо вовсе выводится из тесного «кулуара» управленческой экспертизы, тем самым исключаясь из авангарда управленческого прогресса. Но и «заключение смешанных браков» «не приносит социологии дивидендов, так как подрывает значимость самого образа социологического мышления» [3, 8].

В этом случае выделенные группы «угроз» выступают критериями-ориентирами для саморефлексирующей деятельности научного сообщества, направленной на анализ теоретической и практико-прикладной компетенции социологической науки. В качестве методического обеспечения может выступать контент-анализ массива научных публикаций. При этом в качестве метода может выступать не только логико-семантический анализ текста, позволяющий выделить доминирующие смысловые группы, но и транссимволический анализ, который, на основе выделения доминирующих символических триад «существительное – прилагательное – глагол», способен дать интерпретацию установок ученых на социологию в целом. Таким образом, становится возможным не только диагностировать современное состояние социологической науки, но и строить поисковый прогноз ее дальнейшего развития.

Литература

1. Батыгин Г.С., Лекции по методологии социологических исследований: Учебник для высших учебных заведений. М., 1995, с. 286.
2. Ольховиков К.М., Орлов Г.П., Категории социологии: образ мышления и словарь исследования // Социологические исследования, 2004, №2, С. 3 – 12.
3. Там же, С. 8.
4. Кармадонов О.А., Престиж и пафос как жизненные стратегии социоэкономической группы // Социологические исследования, 2001, №1, С. 25 – 29.
5. Кармадонов О.А., Семантика политического пространства: Опыт кросскультурного трансимволического анализа // Журнал социологии и социальной антропологии, 1998, т. 1, №4.

Влияние внутреннего PR на систему мотивации сотрудников организации

Петрунина Ольга Анатольевна

студентка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, социологический

факультет, Москва, Россия

E-mail: disolick@gmail.com

Современный этап развития российского бизнеса требует создания в любой коммерческой организации команды единомышленников, умеющих добиваться реализации новейших идей с наивысшим результатом. Этот подход требует радикальных изменений в технологии работы с персоналом. Современная коммерческая организация все в большей степени предстает как субкультура. Соответственно, все большую важность приобретает деятельность, связанная с организацией внутреннего социального пространства компании, корпоративной культуры с определенными принципами и нормами.

Работа с внутренним пространством компании – это внутренний PR, который представляет собой управленческую деятельность, направленную на построение и поддержание взаимовыгодных отношений между организацией и ее сотрудниками. Примером внутреннего PR могут служить: создание максимально эффективной организационной структуры, организация корпоративных мероприятий и т.д.

В исследовании основное внимание уделено одному из элементов корпоративной культуры – системе мотивации персонала, и воздействию на нее внутреннего PR.

В системе мотивации сотрудников организации принято выделять монетарные и немонетарные или, другими словами, экономические и неэкономические составляющие. В исследовании рассматривается нематериальная составляющая системы мотивации, так как внутренний PR воздействует на сотрудников организации, главным образом, через нее. Для сотрудника современной организации материальная составляющая не теряет своей значимости, но особое значение приобретает ощущение причастности и востребованности.

Для исследования влияния внутреннего PR на мотивацию сотрудников компании применен метод фокус-групп. В ходе исследования была проведена фокус-группа с одной из коммерческих организаций города Москвы в декабре 2007 года, в которой приняли участие руководители, менеджер проектов и менеджер по работе с персоналом.

По результатам проведенной фокус-группы было выделено 4 основных компонента в системе неэкономической мотивации персонала, на которые можно воздействовать посредством мероприятий внутреннего PR. Во-первых, на мотивацию персонала влияет атмосфера внутри коллектива. Неформальные отношения очень трудно поддаются контролю и прямому воздействию, но можно способствовать созданию благоприятной атмосферы внутри коллектива путем организации совместного отдыха, корпоративных мероприятий.

Во-вторых, мотивация персонала зависит от того, видит ли сотрудник свое будущее в организации. Для этого организация должна способствовать профессиональному и карьерному росту сотрудников и поощрять их стремление к такому росту. Главное, чтобы эти намерения не оставались только на словах. Внутренний PR может делать общедоступной внутри организации информацию о достижениях и росте отдельных своих сотрудников.

В-третьих, мотивация персонала зависит от чувства причастности и востребованности. Главным образом, это проявляется в возможности для сотрудников принимать участие в принятии решений. Внутренний PR может способствовать созданию эффективной схемы принятия решений, учитывая специфику организации и ее размеры.

И наконец, респонденты отметили, что на мотивацию персонала организации сильное влияние оказывает наличие миссии компании, общей цели для сотрудников. Миссия предполагает четко сформулированные идеи, и, во многом, является аналогом

слогана организации. Так как помимо внешнего позиционирования, организация в современных условиях должна себя представлять и перед собственными сотрудниками.

Все выявленные компоненты системы мотивации персонала можно назвать корпоративными, так как они связаны с формированием отдельных элементов корпоративной культуры. Таким образом, внутри неэкономической системы мотивации можно выделить корпоративную мотивацию персонала, которая формируется с помощью мероприятий внутреннего PR.

В дальнейшем представляется целесообразным продолжить исследование внутреннего PR и его влияние на систему мотивации персонала. В частности, следующим шагом может стать разработка индексов для количественных измерений используемых нами понятий и категорий, а так же анализ степени влияния внутреннего PR на систему мотивации в зависимости от типов организационных структур управления, размеров организации, степени зрелости организаций и других факторов.

Литература

1. Г. Тульчинский, В. Терентьева. Брэнд-интегрированный менеджмент. – М.: Вершина, 2007.
2. Э.А. Капитонов, А.Э. Капитонов. Корпоративная культура и PR. – М.: ИКЦ «Март», 2003.
3. <http://en.wikipedia.org/> (*Wikipedia, the free encyclopedia that anyone can edit*).

Влияние национальной ориентации на уровень толерантности в молодежной субкультуре

Приймич Алеся Васильевна
Рыженкова Ольга Андреевна
студенты

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, социологический факультет, Москва, Россия
E-mail: ruzzen@rambler.ru
pri-alesya@yandex.ru

Для России конца XX в. проблема толерантности стала одной из наиболее злободневных проблем общественно-политической жизни. Понятие толерантности несет в себе идеи многообразия, равенства, отказа от доминирования и насилия одного над другим, касается ли это отдельных людей, групп людей или целых народов и государств. Между тем понятие "толерантность", имея глубокие исторические корни, в наше время постигается и "приживается" в обществе с большим трудом. Зачастую толерантность ассоциируется с антипатриотизмом, с отказом от собственного национального и человеческого "Я", с преклонением перед "чужестранным".

Толерантные и интолерантные отношения активнее всего проявляются в этносфере. Опрос общественного мнения, проведенный научно-исследовательским центром при Институте молодежи в августе 1999 г., показал, что 54% жителей столицы «не любят так называемых лиц кавказской национальности и считают, что они должны уехать на родину». Среди молодежи этот показатель составил немного больше – 56%. Особую тревогу вызывает негативное отношение москвичей-подростков к представителям Кавказа. Мотивы неприятия мигрантов с Кавказа связаны в основном с тем, что они, по мнению респондентов, нарушают многие устоявшиеся порядки в городе.

После терактов в столице (1999 г.), как отмечали социологи, между москвичами и «кавказцами» пролегла «глубокая трещина». Трагедия в Москве (октябрь 2002 г.) активизировала подъем националистических и античеченских (даже шире: ксенофобских) настроений. Москвичи призывают к самым крайним мерам против кавказцев.

Подростковый возраст является важным этапом в формировании социальной идентичности, мировоззрения личности. К тому же подростковая среда очень точно диагностирует состояние массового сознания. В нашей работе мы рассматриваем проявление конфессиональной толерантности в молодежной субкультуре на примере отношения православной молодежи к мусульманам исходя из того, что в г. Москве соотношение основных мировоззренческих и этноконфессиональных групп москвичей примерно соответствует их соотношению в целом по стране: более половины граждан считают себя религиозными, из религиозных примерно 80% православных, 10% мусульман, 10% последователей остальных конфессий.

Также проблема является актуальной, ввиду произошедших недавно событий. В обществе возникли антагонистические разногласия по поводу обязательного полноценного преподавания в школе основ православной культуры.

Критики этой идеи утверждают, что высшие иерархи Российской Православной церкви (РПЦ) ослабляют действие конституционного принципа отделения Церкви от государства, занимаясь проповедованием веры в государственной школе. Церковь называет эти обвинения беспочвенными, подчеркивая, что эти учебные курсы носят культурологический, а не религиозный характер.

Наше исследование нацелено на выяснение национальных ориентаций молодежи – степени идентификации себя как представителя этнической группы, уровня развития этнического самосознания и анализа особенностей национальной толерантности в молодежной среде. В частности, мы хотим определить национальную ориентацию молодежи, отношение к мусульманам в молодежной субкультуре и выявить степень влияния национальной принадлежности на поведение молодежи.

Теоретическим объектом нашего исследования является уровень толерантности в молодежной субкультуре, предметом же - влияние национальной ориентации на уровень толерантности в молодежной субкультуре. В качестве основного теоретического подхода нами выбрана этносоциология, в качестве дополнительных используемых теоретических основ – социология религии и социология молодежи. Эмпирическим объектом исследования являются студенты МГУ гуманитарных и естественных факультетов в возрасте 18-20 лет.

Мы разработали концептуальную модель объекта и предмета исследования, определили наблюдаемые проявления типов толерантности и элементов влияния национальной ориентации на уровень толерантности в молодежной субкультуре.

Для изучения уровня толерантности в молодежной субкультуре нами выбрана зависимая переменная – готовность к взаимодействию с представителями других групп, которая является зависимой по отношению к переменным национальной ориентации. Для исследования влияния национальной ориентации на уровень толерантности в молодежной субкультуре нами выбраны две независимые переменные: этническое воспитание в семье в детском возрасте, наличие в роду лиц разных национальностей. Нас интересует, каким образом этническое воспитание в семье в детском возрасте и наличие в роду лиц разных национальностей влияет на готовность индивида к взаимодействию с представителями других групп.

Эмпирический этап нашего исследования предполагает проверку двух следующих гипотез-оснований:

1. Чем менее толерантное этническое воспитание индивид, в возрасте от 17 до 23 лет, переживающий период становления социальной и психофизиологической зрелости, адаптации к исполнению социальных ролей взрослых, получил в семье в детском возрасте, тем он менее склонен к проявлению активной толерантности, а именно к открытому взаимодействию с представителями другой национальности.

2. Чем меньше у индивида, в возрасте от 17 до 23 лет, переживающего период становления социальной и психофизиологической зрелости, адаптации к исполнению социальных ролей взрослых, в роду лиц разных национальностей, тем он менее склонен к проявлению активной толерантности, а именно к открытому взаимодействию с представителями другой национальности.

Решение проблемы формирования толерантного сознания является актуальным не только в теоретическом, но и в практическом плане. Оно требует комплексного подхода, организации определенной системы целенаправленных действий, как на уровне каждого образовательного учреждения, так и в широких рамках всего российского образования. Причем процесс этот должен быть разнонаправленным и многоступенчатым.

Литература

1. Дробижева Л.М. Трансформационные процессы и решение этнонациональных проблем в российском обществе // Социальные проблемы межнациональных отношений в постсоветской России. М.: ИС РАН, 2003.
2. Дробижева Л.М. Российская и этническая идентичность: противостояние или совместимость // Россия реформирующаяся. М.: ИС РАН, 2002
3. Верховский А. Религиозная ксенофобия: межконфессиональный и внутриконфессиональный аспекты/ Национализм, ксенофобия и нетерпимость в современной России// Московская Хельсинкская группа. М.,2002
4. Толерантность в подростковой и молодежной среде. Т. IX . Вып. XVI / Под ред. В.С. Собкина. — М.: Центр социологии образования РАО, 2004 - 223 стр.

Методики измерения отчуждения в современной социологии

Тюлин Виктор Юрьевич

студент магистратуры

Пермский Государственный Технический Университет, гуманитарный факультет,

Пермь, Россия

E-mail: tulin@dom.raid.ru

Проблема отчуждения не является новой для современной российской социологии, вместе с тем, в социологической литературе наблюдается нехватка эмпирических исследований по данной проблеме. Все разговоры об отчуждении ведутся на уровне абстрактных философских категорий и понятий, либо ограничиваются обсуждениями отдельных аспектов данной проблемы, не учитывая тот аспект, что социология это, прежде всего эмпирическая наука. В связи с этим встаёт вопрос – как измерить уровень отчуждения? Следует признать, что на данный вопрос российская социология на сегодняшний день не может дать адекватного ответа, а западными учёными накоплен богатый опыт в решении данного вопроса.

Признанным авторитетом в западной социологии по проблеме отчуждения является Р. Блаунер. Его методика измерения отчуждения в сфере труда заключается в следующем. Он выделяет 4 типа отрасли промышленности в зависимости от степени автоматизации: 1) отрасли с доминированием ручного труда, с небольшим числом стандартов на продукцию, в качестве примера приводится полиграфическая промышленность; 2) отрасли, ориентированные на применение машинных технологий (в большей степени, чем полиграфическая промышленность), с доминированием стандартизированных производственных процессов, например текстильная промышленность; 3) технология сборочного конвейера, свойственная для автомобилестроительной отрасли, где массовое производство и «высокорациональная организация работы» с поточными линиями и полуавтоматами; 4) непрерывный технологический процесс, характеризующийся непрерывным типом производства, например химическое производство, работа электростанции. Р. Блаунер измеряет отчуждение, испытываемое рабочими в этих четырех производственных ситуациях и выделяет 4 типа отчуждения:

1) Бессилие. Личность испытывает отчуждение данного типа, когда является не субъектом, а объектом, управляемым людьми или какой-нибудь иной внешней системой.

2) Бессмысленность. Отчуждение данного типа возникает тогда, когда работник, не чувствует, что его собственные действия и деятельность, которую он выполняет, не приводит к достижению жизненно важных целей, не является заметным вкладом в деятельность его коллектива, организации и общества в целом.

3) Изоляция. Данный тип отчуждения возникает при условиях разрыва личных связей, когда работник, находясь в обществе, не чувствует себя его членом. Рабочий может испытывать данный тип отчуждения даже вследствие таких причин как неудачно оборудованное рабочее место или неудобный график работы.

4) Самоотчуждение. Данный тип отчуждения возникает в условиях, когда работа становится самоцелью, когда трудовая деятельность не способствует проявлению индивидуальности и изобретательства и негативно влияет на чувство собственного достоинства.

Иной взгляд на отчуждение демонстрирует социальный психолог Дж. Рэй, разработавший методику для измерения общего уровня отчуждения. Его опросник получен путём факторного анализа 168 утверждений. Итоговая версия опросника состоит из 20 утверждений и измеряет общий уровень отчуждения по 6 шкалам: отсутствие норм, бессилие, утрата смысла, социальная изоляция, неудовлетворённость, цинизм. Шкалы представляют собой примерно равное количество прямых и обратных пунктов, с которыми респондент должен выразить степень своего согласия (от полностью согласен

до полностью не согласен). Но методика Дж. Рэя обладает существенными ограничениями:

1) шкалы являются очень короткими, поэтому возникает проблема точности измеряемого явления;

2) опросник содержит большое количество фразеологизмов и иных культурно специфических утверждений, перевод которых на русский язык затруднён;

3) само понятие «общее отчуждение» достаточно сложно эмпирически интерпретировать;

Именно по этим причинам методика измерения уровня общего отчуждения не получила широкого одобрения в социологической и психологической литературе.

Исключением из общего ряда методик выглядит тест отчуждения С. Мадди, С. Кобэйса и М. Хувера⁶, созданный как попытка преодолеть проблему отсутствия надёжных и валидных инструментов, которые позволяли бы не только диагностировать общий уровень отчуждения, но и дифференцировать различные аспекты этого сложного феномена. Авторы предприняли попытку измерить отчуждение как субъективное состояние, о котором человек способен отдавать себе отчёт. теоретической основой методики послужила концепция отчуждения Мадди, который выделяет четыре формы отчуждения:

1) Вегетативность – неспособность поверить в истину, важность или ценность любой реально осуществляемой или воображаемой деятельности. Вегетативность является наиболее тяжёлой формой отчуждения;

2) Бессилие – утрата человеком веры в свою способность влиять на жизненные ситуации, однако, при сохранении ощущения их важности, что позволяет считать бессилие менее серьёзной формой отчуждения, нежели вегетативность.

3) Нигилизм – убеждение в отсутствии смысла и активность, направленная на его подтверждение путём занятия деструктивной позиции. Эта форма недуга включает в себя переживание некоторого смысла – пусть это и парадоксальный, антисмысл – и связана с активностью по его реализации, что позволяет считать нигилизм менее серьёзной формой отчуждения, чем вегетативность и бессилие.

4) Авантюризм – поиск жизненности, вовлечённости в опасных, экстремальных видах деятельности, в силу переживания бессмысленности в повседневной жизни. Эта форма отчуждения является наименее серьёзной, поскольку связана с активностью, поиском новых ощущений.

Авторы измеряют уровень отчуждения в 5 сферах жизнедеятельности: работа, общество в целом, межличностные отношения, семья, собственная личность. Все пункты опросника сформулированы предельно жёстко, в итоге их получилось 60. И респондент должен выразить степень своего согласия с каждым суждением по шкале от 0 до 100.

Из предложенных методик в русском варианте есть только методика Мадди недавно адаптированная в нашей стране. Остаётся надеяться, что в российской социологической науке вновь «проснётся» интерес к проблеме отчуждения, который в настоящий момент практически отсутствует и начнётся комплексное изучение данного феномена.

Литература

1) Осин Е.Н. (2007), Смыслоутрата как переживание отчуждения: структура и диагностика. Автореф. Дис. канд. психол. наук. М.

1) Blauner R. (1964), *Alienation and Freedom*, University of Chicago Press, Chicago.

2) J. J. Ray and A. J. Sutton (1972), *Alienation in an Australian University* // *The Journal of Social Psychology*, №86, p. 319-320.

3) J. J. Ray (1982), *Toward a definitive alienation scale* // *The Journal of Psychology*, №111, p. 67-70.

⁶ Адаптацией этой методики в России занимался к.пс.н. Осин Е.Н.

**Метод вторичного анализа данных для анализа факторов
социальной безопасности столичного мегаполиса**

Ходячий Григорий Евгеньевич

аспирант кафедры социологии

Финансовая академия при Правительстве РФ, Москва, Россия

E-mail: ge-x@rambler.ru

Для изучения предмета и объекта исследования использован комплекс социологических методов сбора эмпирической информации, среди которых вторичный анализ эмпирических данных социологических исследований, проведенных в Москве на протяжении 1993 – 2007 годов и в той или иной мере затрагивающих предмет авторской диссертации «Миграция как фактор социальной безопасности столичного мегаполиса».

Учитывая разрозненный характер этих исследований, разнообразие выборочных совокупностей, положенных в их основу, отсутствие мониторинга по проблемам безопасности, автором, по предложению профессора Г.Г. Силласте, была разработана в качестве инструментария систематизации эмпирических данных т.н. «интегративная вторичная анкета» для сбора и сравнительного анализа социологических показателей замера характеристик социальной безопасности мегаполиса и его сфер жизнедеятельности. Это своего рода кодификатор различных социальных показателей, проанализированных на основе ранее собранной эмпирической информации. На основе разработанного вторичного инструментария систематизированы эмпирические данные социологических исследований с 1993 по 2007 годы. При этом автором дается обоснование социологических показателей измерения состояния социальной безопасности (с выделением фактора миграции) как индикаторов замера процесса его эволюции.

Сущность метода вторичного анализа данных. Различение понятий “вторичного анализа” и “вторичного исследования”.

Самым распространенным методом сбора информации в социологическом исследовании является раздаточный опрос в форме анкетирования.

При этом социологическими индикаторами замера социальной безопасности в социологическом исследовании выступают задачи исследования, сформулированные в форме вопросов и величины самооценки населением своей безопасности, оценок социальной устойчивости и угроз, опасностей в столичном мегаполисе. Роль исследователя состоит в правильном понимании целей и задач исследования и изложении вопросов и предлагаемых ответов для респондента с целью проверки выдвинутых гипотез.

На социальную безопасность личности, общества, государства влияет ряд факторов. Исследованию подвергаются факторы безопасности личности, мотивации, а также условия существования мегаполиса, как социально-территориальной общности. Для осуществления данных задач формируются вопросы и ответы исходя из выдвинутых гипотез.

Социологическое исследование подразумевает необходимый инструментарий, с помощью которого «снимаются» данные. Основным инструментарием исследования явилась специально разработанная автором интегративная вторичная анкета.

Содержание вопросов анкеты должно иметь связь с задачами исследования. На основании проведенной факторной операционализации составляется группа показателей, которые должны быть исследованы. Эти показатели выносятся в рамки вопросов, задаваемых респондентам. При этом они могут быть закрытыми, которые предлагают респонденту на выбор несколько вариантов ответов, полузакрытыми, когда предлагается несколько вариантов ответов, но за респондентом остается возможность дописать свою точку зрения, и открытыми, когда никаких вариантов возможных ответов респонденту в анкете не предлагается. При этом, ответы, полученные в ходе опроса от респондентов и будут являться индикаторами тех показателей, которые

разработаны в соответствии с методологией опроса. Индикаторы отражают субъективную позицию, мнение индивида об исследуемой проблеме. Полученные результаты позволяют подтвердить или опровергнуть теоретические гипотезы исследования, выдвинутые в соответствии с целью проводимого исследования.

Индикатор – «доступная наблюдению и измерению характеристика изучаемого объекта, позволяющая судить о других его характеристиках, недоступных непосредственному исследованию». Социальный индикатор – «индикатор, характеризующий социальные объекты, отражающий состояния и процессы их функционирования и развития, являющийся инструментом сравнения».

Индикаторами замера социальной безопасности населения являются показатели оценок респондентами своего мнения по данной проблематике на основе специально разработанной анкеты для вторичного исследования, полученные в результате регулярных массовых (общероссийских) опросов, проводимых специализированными социологическими центрами и институтами.

Таким образом, проведенный вторичный анализ социологических исследований позволил решить методологическую задачу и разработать систематизацию эмпирических данных посредством т.н. «интегративной вторичной анкеты» для сбора и сравнительного анализа социологических показателей.

Литература

- 1) Алхасов М.М. Некоторые проблемы вторичного анализа данных массовых опросов // Сравнительный анализ и качество эмпирических социологических данных, М. 1984. С. 79-91.
- 2) Государственное регулирование экономики и социальные проблемы модернизации. Часть II. Сборник трудов ИСА РАН. Москва: "УРСС", 1997.
- 3) Кузнецов В.Н. Социология безопасности. М., 2003.
- 4) Петров В.В. Этнические мигранты в принимающем обществе. Ч.1. Методология и теория исследования толерантности и мигрантофобии. Краснодар, 2005.
- 5) Сычева В.С. Вторичный анализ как метод. М.: СОЦИС, 1995, N 11.

Метод «жизненного пути» как инструмент изучения современного российского общества

Хромушкина Инна Юрьевна

Студентка 2 курса

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: burnaia_reka@mail.ru

В современной российской социологии утвердился методологический плюрализм, допускающий применение разнообразных качественных и количественных методов в изучении социальной реальности. Так в последние годы сложилось понимание эффективности применения такого специализированного социологического метода, как метод «жизненного пути». По мнению западных социологов, данный метод позволяет рассматривать жизненную стратегию личности и траекторию ее социального движения в условиях трансформирующегося общества как взаимообусловленные явления.

Цель нашего исследования состоит в анализе жизненного пути как основы той социальной реальности, которая интерпретируется социологами как индивидуализированное общество. В теоретическом плане эти проблемы связаны, прежде всего, с важностью влияния трансформирующихся обществ на развитие человеческой жизни. При этом особое значение придается влиянию государственного регулирования на индивидуальную биографию, что для России особенно актуально.

Специфика метода жизненного пути состоит в том, что он объясняет социальные изменения, учитывая тот факт, что общественные структуры и институты напрямую связаны с уровнем индивидуального действия. Индивидуальная биография анализируется как связующее звено между различными внутри- и межиндивидуальными уровнями, которое позволяет проводить динамическое, многомерное и многоуровневое моделирование общественного развития.

Метод «жизненного пути» позволяет представить переживания и поведение одного лица, одной группы или одной организации в той форме, в которой это лицо, группа или организация интерпретируют эти переживания и поведение. К материалам жизненной истории могут относиться любые записи или документы, которые проливают свет на субъективное поведение индивидов и групп. При этом жизненный путь, как индивидуализированная социальная реальность, может рассматриваться и интерпретироваться с позиций нескольких методологических подходов.

Во-первых, жизненный путь индивида может быть рассмотрен как результат его стремления в определенных заданных ситуативных условиях реализовать оптимальный по его субъективным меркам вариант жизнеустройства, используя имеющиеся в его распоряжении ресурсы и руководствуясь индивидуальными целями и предпочтениями. Если в прошлом индивид сам в своих планах и действиях подвергался воздействию общественных структур, то впоследствии он и окружающие его люди сознательно или невольно способствуют изменению этих структур в настоящем и будущем. Во-вторых, жизненный путь может рассматриваться как многоуровневый феномен, прослеживаемый от уровня структурных процессов через социальные институты и организации до уровня социальных траекторий индивидов и процессов их развития. В-третьих, жизненный путь человека может рассматриваться как многомерный процесс, протекающий в нескольких взаимосвязанных жизненных сферах. В связи с этим, каждую жизненную сферу можно рассматривать как процесс, являющийся частью жизненного пути в целом. В-четвертых, жизненный путь людей можно трактовать как нелинейный, высоко комплексный процесс, и главными источниками этой нелинейности могут выступать самореферентность, пространственно-временная взаимозависимость жизненных сфер и вертикальная взаимозависимость между различными уровнями социальных процессов.

Жизненный путь человека включен в высокодифференцированные *многоуровневые общественные процессы*. В частности, он протекает при структурирующем влиянии

следующих факторов: 1) жизненных путей других людей, с которыми человек состоит в более или менее тесных отношениях интеракции: родителей, партнеров, детей, друзей и т. д.; 2) общественных институтов и организаций (промежуточных инстанций, государственных учреждений, трудовых организаций); 3) условий жизни в социальных и региональных контекстах, в которых протекает жизнь индивида или которые чередуются во времени; 4) сложившихся и изменяющихся общественных структур и исторических событий, которые представляют собой социоструктурные, политические, правовые, культурные и экономические условия организации жизни.

Структурные характеристики и условия планирования и организации жизни более точно можно описать следующим образом: путь индивида в определенной жизненной сфере – это *самореференциальный процесс* – человек действует на основе накопленных им в соответствующей жизненной сфере материальных, социальных и культурных ресурсов и жизненного опыта. Таким образом, «преформирующий» (научающий) опыт и решения в релевантных областях жизни, которые определенным образом ограничивают или расширяют спектр возможных выборов в будущих решениях и тем самым направляют жизненный путь в определенное русло, – это первый важный источник контингентности жизненного пути.

Каждую жизненную сферу можно рассматривать как процесс, являющийся частью жизненного пути в целом. Различные сферы жизни человека, как правило, не автономны, а взаимосвязаны и взаимообусловлены. Контингентность жизненного пути как раз и возникает из взаимозависимости различных жизненных сфер. При этом отдельные измерения жизненного пути в разных жизненных ситуациях и в зависимости от возраста могут иметь разную значимость для жизнеустройства.

Особенность применения метода жизненного пути в России связана с тем, что изменения биографий должны иметь прямое соответствие в исторической трансформации общества. Российское общество хронически в таком состоянии. Исследователь должен исходить из относительно устойчивой и продолжительной значимости социального неравенства и социально-структурной дифференциации для возможностей жизнеустройства отдельных индивидов. Для России это всегда было свойственно, даже в СССР было неравенство в доступе к ресурсам. При этом особое значение придается влиянию государственного регулирования на индивидуальную биографию.

Литература

- 1) Блоссфельд Ж.-П., Хьюинк И. (2006) Исследование жизненных путей в социальных науках: темы, концепции, методы и проблемы // Журнал социологии и социальной антропологии. 2006. Т.IX. №1.
- 2) Докторов Б. (2006) История с близкого расстояния // Социальная реальность. 2006. №11.
- 3) Ежов О.Н. (2005) Парадигма жизненного пути в зарубежной социологии // Журнал социологии и социальной антропологии. 2005. Т.VIII. №3.

Сравнительный анализ анкет экзит-поллов: проблема определения статуса и требований.

Юзва Людмила Леонидовна

ассистент кафедры методологии и методов социологических исследований, кандидат социологических наук

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченка, Киев, Украина

E-mail: lyudmilay@ukr.net

Предвыборные исследования экзит-полл являются одними из наиболее популярных во всем мире. В последние годы в Украине они тоже приобрели особую популярность, вызвали массу дискуссий, подняли ряд проблемных вопросов в социологической среде. Основным инструментом, при помощи которого получают информацию во время экзит-полла, является анкета. Когда вопросник используется при проведении социологического опроса, то он должен отвечать наиболее строгим правилам и необходимым нормам. Когда же вопросный инструментарий используется за социологическим полем, не существует определенных правил его конструирования и использования. В подобных ситуациях все же используется как шаблон социологическая анкета, в частности все это справедливо и для анкет экзит-поллов.

Также стоит отметить, что сегодня анкета экзит-полла является своеобразным «неизвестным» явлением. Считается, что это примитивный и очень простой вопросник, который не нуждается в особой научной заинтересованности. Но нужно помнить, что анкета экзит-полла – это опросный документ и к нему должны предъявляться соответствующие требования. Первым шагом для определения подобных требований является анализ, описание, определение особенностей и т.п. подобных анкет.

Для того, чтобы сделать определенные выводы, предложить обобщения относительно опросного инструментария экзит-полла необходимо проанализировать примеры таких инструментариев и синтезировать полученные данные. Задачи, которые необходимо решить для достижения данной цели, следующие: (1) использовать логический и когнитивный виды анализа вопросов к анкетам экзит-полла; (2) определить ошибки конструкций вопросов; (3) проанализировать и описать конструкцию вопросника в целом; (4) сделать выводы об анкетах экзит-поллов, как об инструментарии, который претендует на определенную социологичность.

...

Эмпирической базой для анализа выступили анкеты «Украинского Экзит-полла»⁷ и «Национального экзит-полла 2007»⁸, которые проводились во время Внеочередных Парламентских выборов народных депутатов в Верховный совет 30 сентября 2007 года.

Предлагая обобщенные выводы относительно анкет экзит-полла, стоит перечислить основные характеристики, по которым анализировались анкеты:

1. Характеристика относительно наличия обязательных составляющих анкеты.
2. Характеристика относительно типа вопросов.
3. Характеристика относительно смысловой нагрузки вопросов.
4. Характеристика относительно логики развертывания вопросов в анкете.
5. Характеристика относительно наличия технической информации.
6. Характеристика относительно объема опросного инструментария.
7. Характеристика относительно типа носителя.

Результаты анализа относительно выше предложенных характеристик предложены в таблице (см. Табл. 1).

⁷ На заказ украинского телеканала ICTV провели три компании: американские Public Strategies и PSB, а также европейская TNS Ukraine.

⁸ Провел Консорциум, в который входят Фонд «Демократические инициативы», Киевский международный институт социологии и Украинский центр экономических и политических исследований имени Александра Разумкова.

Сравнительный анализ анкет экзит-поллов

Анкета	Характеристика										
	1	2		3		4		5	6		7
		ЗТВ	ОВ	ВОХ	ВДБ	НВ	ДБ		ОКВ	К	
„Украинский Экзит-полл“	+/-	8	1	3	3	сплошная	не выделяется	+	6	+	бумажный
„Национальный экзит-полл 2007“	+	6	0	5	4	сплошная	не выделяется	+	9	-	бумажный

Значения	
+	характеристика присутствует
+/-	характеристика частично присутствует
-	характеристика отсутствует
ЗТВ	закрытые табличные вопросы
ОВ	открытые вопросы
ВОХ	вопросы общего характера
ВДБ	вопросы демографического блока
НВ	нумерация вопросов
ДБ	демографический блок
ОКВ	общее количество вопросов
К	карточки

Фактически все вышеприведенные характеристики опросного инструментария, по которому проводится экзит-полл, свидетельствуют о стремлении минимизации объема анкеты, которое является абсолютно логическим, обоснованным с многих позиций, в том числе и научных⁹.

В общем, во-первых, проанализированные анкеты не содержат всех признаков социологического вопросника. Хотя, с другой стороны, все же большинство из них присутствуют в ее конструкции. Корректной является логика развертывания вопросов в анкете, присутствует демографический блок, вопросы сконструированы в соответствии с требованиями построения вопросов социологических анкет, использованы широко используемые в социологических вопросниках формулировки вопросов также. Во-вторых, ошибки, которые присутствуют в конструкциях вопросов, с одной стороны, незначительны, но для такого маленького по объему вопросника они могут иметь серьезные негативные последствия, с другой. К тому же недопустимы ошибки грамматико-стилистического характера для инструментария, разработанного специалистами-социологами, которые, к сожалению, встречаются в анкетах.

Подобный анализ позволяет сформулировать ряд требований к анкетам экзит-поллов и, если они будут выдерживаться, то подобные вопросники абсолютно правомерно можно будет причислять к социологическим инструментам получения информации.

⁹ Ни в коем случае нельзя видеть здесь лишь финансовый подтекст.

Основные направления и методология анализа феномена социального успеха.

Якутина Ольга Ивановна

докторант, кандидат социологических наук, доцент

Институт управления, бизнеса и права, г. Ростов-на-Дону, Россия

e-mail: yukutina@jubip.ru

Многообразие социальных практик современного российского общества, происходящие в последние десятилетия в общественные трансформации требуют осознания, объяснения и оценки социологов. Среди проблем, требующих детального анализа, можно выделить следующие: углубление демографического кризиса, проблему криминализации отдельных сфер общественной жизни и институтов власти, усиление социальной дифференциации населения, достигающее в отдельных регионах критических показателей, проблему информационный безопасности, информационных войн, социальных последствий усиливающейся информатизации общества.

На наш взгляд, не менее значимым и требующим своего исследования является следующий процесс, который характеризует социальную реальность современной России - повсеместное распространение идеи социального успеха, утверждение особой ценности успеха личности. Не менее актуальной для современного российского общества, чем знаменитое бухаринское «Обогащайтесь!» в конце 20-х годов, становится максима «Стань успешным!». Можно с определенной долей уверенности говорить о формировании идеологии социального успеха в современном российском обществе, об утверждении в общественном сознании доктрины социального успеха. Нацеленность на успех, стремление к достижению успеха в различных сферах общественной жизни, следование определенным стандартам успешности, демонстрация символов социальной успешности становится фактором в значительной степени структурирующим социальную реальность и определяющим поведение социальных субъектов.

Важно отметить, что авторы, занимающиеся исследованием феномена социального успеха, процесса возрастающей роли стремления к успеху в системе жизненных ценностей личности и детерминант социального поведения, неоднозначно трактуют происходящие в современном российском обществе процессы. Одни исследователи обращают внимание на гипертрофию идеи личного успеха и рассматривают данный факт в качестве одной из причин дезинтеграции российского общества. Другие, напротив, подчеркивают неразвитость и неприемлемость достигательских стратегий в российском социуме, объясняя данным фактом низкую эффективность социальной системы в целом и низкие темпы общественных преобразований.

При этом большинство из них сходятся во мнении, что в современном обществе господствует одна модель жизненного успеха, которую можно условно обозначить как денежная модель успеха, где главным критерием успеха выступает его денежное измерение, предлагаются одинаковые способы достижения и репрезентации успешности без учета специфики сфер общественной жизни, в которых реализуют себя социальные субъекты. Можно сделать вывод о существующем противоречии между многообразием, плюрализацией социальных практик современного общества и универсализацией содержания и способов достижения социального успеха, которые включены в предлагаемую обществу доктрину успеха. Не учитывается, что успех многоаспектен, индивидуален, ситуативен, интерсубъективен, относителен, имеет как объективную, так и субъективную стороны, а также предполагает многовариантные способы его достижения.

Данная ситуация во многом обусловлена тем фактом, что сами понятия «успех», «социальный успех», «жизненный успех» недостаточно четко определены и разработаны в социальных науках. Как вполне обоснованно замечает А.Ю. Согомонов: «Среди богатого арсенала операциональных в современном культурном анализе «оппозиций» есть

одна бинарная пара, которая на удивление остается мало приметной как в «чистой» социальной теории, так и в фольклористике, этнологии, антропологии, и, более широко, - в семиологическом анализе. Но именно эта пара описывает, как кажется, фундаментальное противостояние концептуально различных направлений жизненной философии Человека, а именно противостояние двух макростратегий в проектировании жизненных достижений – *Выделенности* и *Не-выделенности* социального актера в его жизненной среде, распределенной в языке обыденной коммуникации оппозиционностью *Успеха-и-Неудач* - жизненного и профессионального, личного и коллективного, шумного и скромного и т.п.» [1,13]

Безусловно, такое явление как успех достаточно часто выступает предметом научного анализа, но чаще всего данный анализ проводится не применительно к проблеме общественного бытия социального субъекта в целом, не как понятие, описывающее и структурирующее жизненное пространство как индивидуального, так и группового социального субъекта, не как показатель эффективности социальной системы в целом. Чаще успех рассматривается в более узком плане: как успех конкретного действия, успех деятельности, как правило, производственной или учебной. Большой спектр работ посвящен рассмотрению успеха в контексте различных этических проблем, есть ряд работ, посвященных проблематике политического успеха. Однако, представляется необходимым провести комплексное и всестороннее исследование такого явления как социальный успех в рамках и средствами социологической науки. Следует проанализировать успех на различных уровнях его проявления: индивидуально-личностном, корпоративном, социетальном, охарактеризовать мобилизующую роль и функции стремления к успеху, критерии успешности в различных типах общественных систем. Одним из направлений анализа может являться исследование социальных факторов, обусловивших активизацию достижительских стратегий и формирование идеологии социального успеха, выявление того социального слоя, который выступил в качестве заказчика данной идеологии.

Методологическим основанием подобного анализа могут выступить идеи К. Мангейма, который исследовал феномен социального успеха в контексте экономических амбиций личности, выявляя зависимость между экономической системой общества и социальным поведением личности. В качестве механизма воздействия экономической системы на личность К.Мангейм предлагает рассматривать именно стремление к успеху, указывая, что «ее воздействие осуществляется посредством психического механизма честолюбия, стремления к успеху» [2; 115]. При этом проводится анализ субъективного и объективного успеха, непостоянных и относительно стабильных форм успеха, а также выявляется зависимость между возможностью достижения успеха и различными типами общества. На наш взгляд данные идеи могут быть использованы при исследовании современного российского общества, анализе факторов, детерминирующих поведение социальных субъектов, одним из которых как раз и выступает стремление к успеху.

Литература

1. Мангейм К. Очерки социологии знания: Проблема поколений – состоятельность – экономические амбиции / РАН ИНИОН; Пер. с англ. Е.Я. Додина; Отв. ред. Л.В. Скворцов. – М.: ИНИОН, 2000.
2. Согомонов А.Ю. Генеалогия успеха и неудач. – М.: ООО Солтэкс, 2005.