

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УЛЬЯНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Гражданское общество в России: вызовы современности

сборник научных трудов

Ульяновск
УлГТУ
2016

УДК 331.108
ББК 65.240 – 21
Г 75

Редакционная коллегия:

доктор социологических наук, профессор О.В. Шиняева (отв. редактор),
кандидат философских наук, доцент И.Г. Гоношилина

Рецензенты:

доктор политических наук, профессор А.К. Магомедов
кандидат социологических наук, доцент И.А. Плохова

Гражданское общество в России: вызовы современности : сборник научных трудов / Ульянов. гос. техн. ун-т. – Ульяновск : УлГТУ, 2016. – 535 с.

ISBN 978-5-9795-1529-8

Сборник научных трудов «Гражданское общество в России: вызовы современности» является результатом коллективного труда ученых, студентов из различных городов России и других зарубежных государств. В нем представлены мнения по широкому кругу вопросов: гражданское общество как пространство интеграции социальных групп, роль ПР-коммуникации, роль гражданских объединений в решении современных проблем в России и т. д.

Комплексное обобщение опыта свидетельствует о высоком внимании преподавателей российских вузов, аспирантов, практических работников сфер управления и общественных структур, PR-специалистов и студенческой молодежи к проблеме гражданского общества в России. Сборник имеет теоретическое и практическое значение в поддержании социально-политической активности и гражданских инициатив в различных сферах общества.

Статьи печатаются в авторской редакции.

УДК 331.108
ББК 65.240 – 21

ISBN 978-5-9795-1529-8

© Коллектив авторов, 2016
© Оформление. УлГТУ, 2016

ЧАСТЬ 1. ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО В РОССИИ: ОТВЕТЫ НАУЧНЫХ РАБОТНИКОВ, ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ, ПРАКТИКОВ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ, PR-СПЕЦИАЛИСТОВ НА ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОСТИ

Раздел 1. Гражданское общество как пространство интеграции социальных групп, социальных слоев, роль PR-коммуникации

УДК 339.138

О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Длительная история функционирования и изучения гражданского общества способствовала тому, что преобладающей стала дихотомная концепция - противопоставление гражданского общества государству. В современных условиях, когда требуется объединение усилий практиков и исследователей в разных сферах, данная концепция не способствует изучению процессов социальной интеграции на основе общих гражданских обязательств. Актуальной является интерпретация гражданского общества, рассматривающая выделенное явление как пространство коммуникаций, сферу общественной солидарности. Однако до сих пор нет однозначного понимания этого процесса в контексте структуры современного общества.

Социологическое развитие теории гражданского общества связано с идеей формирования самоорганизующихся систем. Этой парадигме соответствует концепция социетального сообщества Т. Парсонса. Данная концепция представляет собой синтез либеральной теории гражданского общества, обособленного от государства, и акцента на социальную интеграцию, солидарность. Данный подход имеет важное методологическое значение для операционализации концепта «гражданское общество» в условиях усиления социального неравенства. Лавирование между деньгами и властью, с одной стороны, «влиянием» и «приверженностью ценностям» — с другой, девальвирует значение гражданского общества. Олицетворение гражданского общества с экономическим предпринимательством редуцирует характеризующие это явление «нравственно-рациональные» коммуникации, присущие от природы гражданским объединениям, к «целерациональным» отношениям, которые присущи сферам политики и экономики.

Немецкий социолог Ю. Хабермас предложил модель гражданского общества, в которой основное место занимает «коммуникативная рациональность или публичность». Он рассматривает данное явление в качестве сферы коммуникации автономных, свободно

самоопределяющихся индивидов и как совокупность негосударственных, внеэкономических союзов, формирующихся на добровольных началах. Именно в них складываются мнения, идеалы, ориентации, которые выступают основой *общественной солидарности*.

По мнению Ю. Хабермаса, гражданское общество включает в себя не только общественные объединения, имеющие неофициальный и неформальный характер существования, но и частную сферу, где разворачивается необобществленная деятельность индивидов, куда также включается жизнь отдельных семей. «Коммуникация относительно ценностных ориентаций, целей, норм и фактов образует один из важных ресурсов общественной интеграции. Наряду с такими средствами, выходящими за рамки единичных интересов, как деньги и власть, взаимопонимание и солидарность образуют третий фундаментальный ресурс. Разделение государственных властей – нормативный фундамент правового государства. По аналогии с этим мы можем говорить о разделении трех сил общественной интеграции, чтобы уяснить для себя вопрос о нормативном фундаменте самоорганизующегося общества» [6, с. 81].

Э. Арато и Д. Коэн, развивая идеи Ю. Хабермаса о природе гражданского общества и его статусе посредника, предложили вместо дихотомического противопоставления государства и гражданских объединений модель социальной структуры, состоящую из трех частей – государство, гражданское общество и бизнес-сообщество. Э. Арато и Д. Коэн подчеркивают: на стадии возрождения гражданского общества создается «сеть ассоциаций и объединений, которые являются опосредующим звеном между частной и общественной сферами» [3, с. 167]. Исследователи под гражданским обществом понимают социальную область наиболее близкого общения, объединений, движений и различных форм публичной коммуникации. Современное гражданское общество, по их мнению, развивается посредством законов и реальных прав граждан, стабилизирующих социальную дифференциацию. При этом гражданское общество не следует отождествлять с социальной жизнью в целом; природа гражданского общества связана с коммуникациями в свободных гражданских ассоциациях, созданных по инициативе «снизу» [3, с. 62].

Акцентирование внимания в социологических концепциях гражданского общества на идее общественной солидарности и интеграции граждан способствовало выделению эвристического, на наш взгляд, направления в понимании этого явления. Суть его в том, что гражданское общество несводимо к совокупности некоммерческих организаций, а является сферой поиска гражданского согласия через специально организуемые отношения и коммуникации. Ведущими мотивами реализации таких отношений являются стремления субъектов добиться равенства, открытости, уважения, доверия; и на этой идейной

основе включиться в организационные формы, способствующие решению жизненно важных проблем. В контексте развития гражданского общества повышается целесообразность использования такого ресурса как *социальный капитал*.

Объём социального капитала, по мнению П. Бурдые, зависит от размера социальных сетей, которые он может эффективно мобилизовать, и от объёма экономического, культурного капитала, которым, в свою очередь, обладает каждый из тех, кто с ним связан [1, с.106]. Хотя социальный капитал несводим к экономическому и человеческому капиталам конкретного агента или группы агентов, он никогда не остаётся полностью независимым, поскольку обмены информацией предполагают подтверждение некоторого минимума однородности группы. В таком понимании социальный капитал выступает не только причиной реальных выгод конкретных индивидов, но и условием расширения социальной базы гражданского общества.

Дж. Коулман вывел формулу воспроизводства социального капитала: он строится на основе «учёта добрых дел», когда один человек помогает другому, а тот остаётся в долгу. Чем больше в группе или организации невыплаченных кредитов или «гражданских обязательств», тем выше уровень социального капитала; люди ставятся в тесную зависимость взаимных обязательств. Чем больше обязательств, тем прочнее система. Социологи выделили две формы существования социального капитала организации – *структурный и когнитивный* [2, с.37]. Структурный социальный капитал отвечает за условия, облегчающие сотрудничество: социальные сети, процедуры, роли коммуникаторов; эта форма легко идентифицируется в практике. Когнитивный социальный капитал проявляется в идеях, ценностях, взглядах, убеждениях, способствующих сотрудничеству и доверию; данная форма капитала, по мнению социолога, более субъективна и трудно поддается фиксации.

Важной проблемой в социологическом изучении социального капитала является установление его зависимости от *социальных сетей*. Не все связи обязательно перерастают в социальный капитал. Социальная сеть является элементом социального капитала, если его связи, реализуемые в ней, полезны. Согласно исследованиям Р. Патнэма, социальные сети – это межличностное общение, которое перерастает в гражданское обязательство [Putnam, 2000: 38]. Р. Патнэм отмечает, что для формирования социального капитала важны социальные горизонтальные сети, в то время как вертикальные, основанные на иерархической структуре, препятствуют этому процессу. Формальные организации по большей части устанавливают и изменяют неформальные сети, воздействуют на нормы и убеждения. Как считает социолог, правительства оказывают прямое влияние на социальный

капитал общества в зависимости от того, обеспечивают ли они своим поведением доверие граждан [7, с. 45].

В современной России резкая дифференциация населения объективно становится фактором, препятствующим формированию гражданского общества. К такому выводу пришли социологи Института комплексных социальных исследований РАН под руководством Н.Е. Тихоновой [4, с. 39]. Они предложили операционализацию социальных сетей, через которые происходит накопление социального капитала, и выделили три формы реального функционирования сетей в жизни индивидов и организаций: 1) включенность в сети повседневных контактов (шкала «доверие и помощь» – поддержка близких, друзей, коллег); 2) включенность в институционализированные сети (шкала «объединения» – включенность в организации, партии, клубы); 3) наличие связей как особой формы сетей (шкала «связи» – использование знакомств, обеспечивающих доступ к высокоэффективным и дефицитным ресурсам).

Социологи Центра исследования проблем гражданского общества НИУ ВШЭ считают, что развитие гражданского общества зависит от синхронного влияния комплекса факторов: уровень социального доверия; расположенность населения к коллективным социально значимым действиям; ответственность граждан за происходящее в регионе, населенном пункте; уровень ощущения социальной безопасности; добровольчество; информированность о структуре гражданского общества; участие в работе организаций, объединений [5]. В каждом регионе перечисленные факторы имеют свою количественную и качественную специфику. Исследователи настаивают: нельзя компенсировать недостаток ответственности ощущением личной безопасности, а низкую готовность к коллективным действиям в социально значимых целях простой информированностью о структурных элементах третьего сектора. Необходимы взаимодополняемость факторов и их синхронное влияние на субъекты гражданского общества.

По этой концепции регионы РФ были разделены на три кластера: 1) с неблагоприятными условиями для формирования гражданского общества (29 субъектов РФ) – слабая выраженность большинства факторов, кроме информированности и уровня безопасности; 2) скорее благоприятные условия (46 субъектов РФ) – средняя выраженность таких факторов, как участие, социальное доверие, добровольчество, личная безопасность, информированность; низкий уровень – ответственность и готовность к коллективным действиям; 3) регионы с благоприятными условиями (10 субъектов РФ) – все показатели на среднем уровне, социальная активность – на высоком [Факторы..., 2012].

На основе обобщения теоретических концепций мы выделили индикаторы изучения гражданского общества в конкретных территориальных границах: 1) развитость структур гражданского

общества и сетевого общения (сектор НКО, инициативные группы, движения, Интернет-сообщества); 2) уровень ответственности и социальной активности (членство, волонтерство, частная филантропия, электоральное поведение); 3) информированность населения о формах социального участия; 4). уровень доверия населения к органам власти и гражданским инициативам; 5) социальное самочувствие граждан.

С целью апробации методологических подходов и показателей мы провели комплексное исследование состояния гражданского общества в Ульяновской области, в ходе которого использованы разные методы: 1) анкетный опрос жителей городских и сельских поселений; выборка региональная, n =1230 человек; 2) глубинное интервью экспертов, работающих в бизнес-структурах, органах управления, СМИ; n = 60 человек. Приведем результаты исследования в контексте разработанных показателей.

Половина жителей региона предпочитает проявлять свою добровольческую активность в одиночку, а не в рамках гражданских объединений, что свидетельствует о невысоком уровне добровольчества и социальных взаимодействий населения. Наименее активной группой являются молодые люди в возрасте 16-24 лет; они не заинтересованы в работе НКО, у них более ярко выражены стремления реализовать свои амбиции в бизнесе, а также преобладает негативное отношение к социально-политической сфере. Наблюдается преемственность в проявлении гражданской активности у разных возрастных групп и, одновременно, их затухание в младших когортах. Полученные в регионе данные подтверждают результаты исследования группы Н. Е. Тихоновой о более активном включении населения в сети неформальных дружеских взаимодействий, нежели в институционализированные формы взаимодействий – общественные организации.

Выявлена низкая информированность населения региона о формах социального участия. Незначительная часть населения (8%) знает о работе конкретных НКО, 42% – что-то слышали о них. Половина жителей ни разу не слышала о подобных объединениях и не знакома с их социальными программами. Одна из основных причин такого положения - низкая информационная открытость некоммерческих организаций, незаинтересованность последних в повышении доверия к своей деятельности через PR-коммуникации. Население осведомлено о работе некоторых организаций: «Дети войны» (41% положительных ответов), под руководством которой ведется активная поддержка ветеранов и их родственников; объединения, чья деятельность направлена на развитие подростков: «Факел» (17%), «Интеллектика» (15%), «СоцАрт» (14%); организация поддержки детей с физическими ограничениями – Центр ипотерапии «Лучик» (23%).

Особое внимание в ходе исследования уделено способам расширения социальной базы гражданского общества. С точки зрения руководителей НКО, к эффективным способам относятся волонтерство (77% респондентов), социальные сети (71%), PR-акции и специальные мероприятия (68%), участие в конкурсах на федеральные и региональные гранты (65%).

Уровень доверия населения к органам власти и гражданским инициативам невысокий, особенно – в крупных городах (рисунок). Во многом это связано с тем, что образовался острый дефицит когнитивной формы социального капитала, выраженный в нехватке гражданских идей, дифференциации ценностей и убеждений.

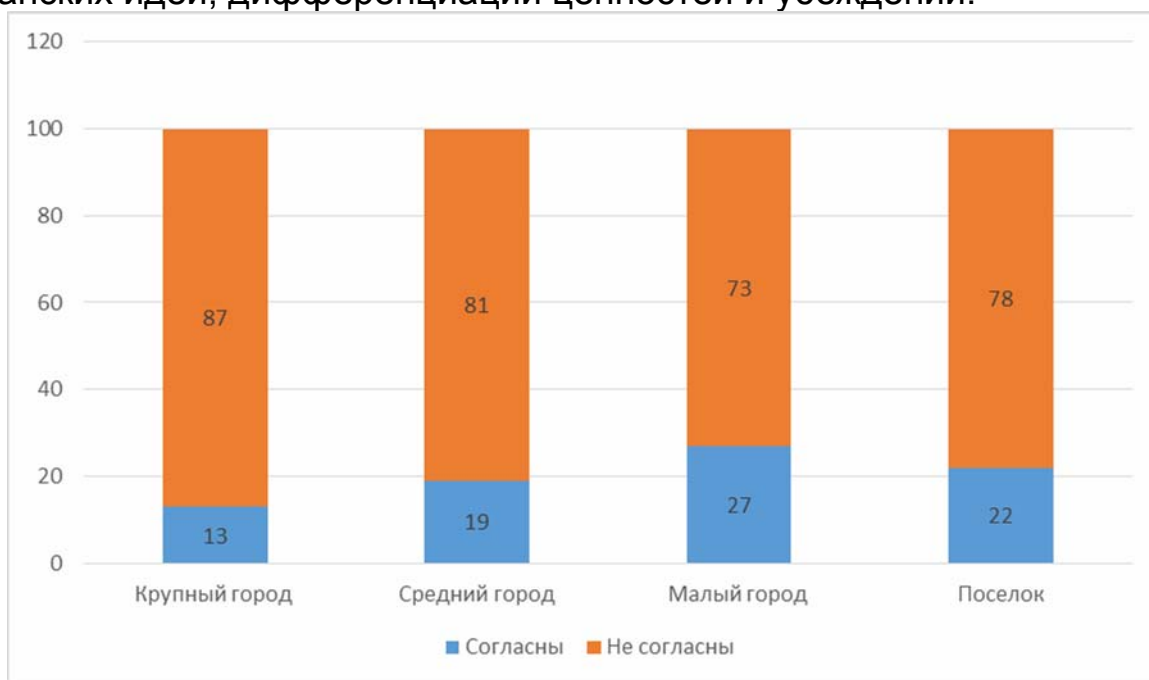


Рис. Интеграция населения вокруг гражданских идей в различных типах населенных пунктов (в % от числа опрошенных, n = 1230)

Хорошо продуманные региональные идеи позволяют решать разные социальные проблемы: региональная идентичность; повышение интереса населения к истории региона, его экономике и культуре; формирование активной общественности; снижение уровня социальной напряженности; рост взаимного доверия общественности, бизнеса и органов власти. Обобщение данных опроса населения показало: доверие, связанное с региональными идеями в сфере экономики и культуры, характерно только для трети жителей. К примеру, большинство респондентов относится к проекту «Ульяновск – культурная столица постсоветского пространства» как к возможности реализации амбиций органов власти.

Социальное самочувствие жителей региона в целом находится на среднем уровне. Однако отношение к перспективам развития региона оставляет желать лучшего: оптимисты составляют от 15 до 30% в разных сегментах населения. Более оптимистичны – учащаяся

молодежь, медицинские работники, домохозяйки; менее – ИТР, предприниматели, рабочие. Готовы к интеграции вокруг гражданских идей, отражающих актуальные проблемы развития территории, четверть жителей малых городов, поселков и лишь восьмая часть крупных городов.

Выводы. Проанализировав подходы и концепции в определении природы гражданского общества и условий его развития, мы выделили наиболее продуктивные из них: теорию *самоорганизующихся сообществ* Т. Парсонса, осуществляющих функцию социальной интеграции; концепцию *публичности негосударственных объединений* Ю. Хабермаса, раскрывающую природу солидарности некоммерческих организаций с другими социальными субъектами; теорию *социального капитала* Дж. Коулмана, содержащую описание его *структурной и когнитивной форм*; *модель социального капитала* Н.Е. Тихоновой, включающую социальные сети, нормы и доверие на всех уровнях общества.

Результаты проведенного исследования позволили констатировать, что большинство жителей осознает необходимость развития гражданского общества для защиты своих прав, отстаивания интересов, улучшения качества жизни, конструктивного диалога с властью, но на деле не проявляет активность, предпочитая выражать гражданские позиции через разовое добровольчество. Характерными чертами деятельности структур гражданского общества являются: ориентированность на органы власти, отсутствие регулярных контактов с населением; только треть населения проявляет доверие региональным идеям в развитии экономики и культуры.

Список литературы

1. Бурдые, П. Социальное пространство: поля и практики / П.Бурдые. – СПб.: Алетейя, 2007. – 576 с.
2. Коулман, Дж. Капитал социальный и человеческий /Дж.Коулман // *Общественные науки и современность*. – 2001.– №3. – С. 35 - 39.
3. Коэн, Д. Л. Гражданское общество и политическая теория /Д.Л.Коэн.– М. : Весь мир, 2003.– 536 с.
4. Тихонова, Н. Е. Социальный капитал как фактор неравенства / Н.Е.Тихонова // *Общественные науки и современность*. – 2004. – № 4.– С. 24-35.
5. Факторы развития гражданского общества и механизмы его взаимодействия с государством [Электронный ресурс]: <http://www.civisbook.ru/files/File/factory.pdf>
6. Хабермас, Ю. Демократия. Разум. Нравственность / Ю. Хабермас. – М.: АCADEMIA, 1995.– 87 с.
7. Putnam R.D. Bowling Alone. The collapse and revival of American community. N.Y.: Simon and Shuster, 2000. – 312 p.

УДК 339.138

Т.А. Рассадина (Ульяновск, Ульяновский институт гражданской авиации)

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ЗНАНИЯ КАК ОСНОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Современная эпоха (постсовременность, информационное общество) объективировала качественно новую социальную реальность, характеризующуюся ускорением социального времени, усилением хаоса, ростом случайностей, бифуркаций, разновекторности, неопределенности развития, постоянно и быстро происходящими изменениями, «ускользающим» [1] миром, «текучестью» социума [2], сопутствующими разрывами и социокультурными травмами, которые – не состояние, а «динамично развивающийся процесс» [3], многочисленными уязвимостями. Этим новым качеством «пропитано» информационное поле; общественное мнение как специфическое проявление общественного сознания, сложное духовное образование, характеризующее явное или скрытое отношение социальных акторов к актуальным проблемам действительности; знания современного социума, лежащие в основе общественного мнения.

Известно, что постмодернизм возник от неудовлетворенности модернизмом для преодоления нормативности, явился естественным общекультурным ответом на кризис позитивистского мировоззрения, на ограниченность рационалистической картины мира, на однообразие массовой культуры. Эпоха постмодерна началась тогда, когда стало ясно, что многое в мире не является тем, за что себя выдает, когда человек увидел, что иллюзия реальности, в основном созданная с помощью СМК, может оказаться реальнее и убедительней самой реальности. Со всей очевидностью стираются различия между реальным и воображаемым; возникла «эра тотальной симуляции», симуляции и симулякры [4] не только пришли в нашу жизнь, но стали факторами, определяющими характер мотивации и деятельности, формирующими своеобразный фундамент современного потребительского общества.

Изменился сам способ получения знаний. В традиционной системе (как это было при чтении книг), система знания формировалась строго детерминировано, когда информация передается, воспринимается, обрабатывается, запоминается, воспроизводится и т.д. Осваивая электронную информацию, человек вынужден думать не линейно-последовательно, а мозаично, через интервалы. Книги (научные и художественные) читаются по диагонали, для выявления интересующей информации. Происходит как параллельная, так и последовательная обработка информации, за счет запараллеливания увеличивается скорость этих процессов. Знание становится результатом сложноорганизованной структуры согласованности коммуникаций,

когерентного взаимодействия, не являющегося следствием смыслового, целеполагающего управленческого воздействия. Создается «мозаичное знание»[5], «мозаичная культура» [6].

В современную реальность прочно вошли плюрализм культур, доминирование СМИ и их продуктов, символическая реальность, ориентация на отсутствие (бессмысленность, невозможность) поиска окончательных истин, использование иррациональных понятий, толерантное отношение к самым разным формам познания, включая мистику. Разрывы в познании, фрагментация знания, теоретическая беспомощность в понимании и интерпретации быстротекущих и глубоких социальных и человеческих трансформаций – значимые черты ситуации в культуре и тенденциях ее развития, которые подготовили основу для новых переоткрытий и переопределений.

Любой текст допускает не только множество различных трактовок, но и принципиально открыт и субъективен; социальные процессы и феномены рассматриваются лишь через призму собственных ощущений, представлений, личного опыта, что часто приводит к крайнему субъективизму, агностицизму, к «разрывам в познании», «фрагментации знания» [1]. Речь не идет о реальных фактах социальной жизни, тем более сгруппированных в сложные системы и конструкции знания, важным принципом и механизмом получения которого является верификация. Отрицается всеобщая причинность. Ускользает вопрос о сущности явлений, происходит отказ от глубоких теоретических дискурсов.

Бытие – поток, в котором пересекаются разнонаправленные и разноправные события. Познать их означает создать коллаж, смонтировать по своему усмотрению (нет законов монтажа). Смыслы творятся по ходу действия, все сотворенные смыслы равноправны по статусу, культура принципиально плюралистична и полионтологична, интерпретации действительности и текстов не полны, не целостны, не отражают сущность, бессмысленно ставить вопрос об истине, дискредитируются проблемы соответствия знания и объекта. Сложность мира порождает упрощение как способ социальной адаптации, в том числе, в познании, в знании. Речь идет не только о лингвистической составляющей, но и о простых атомарных фактах, и о простом индивидуальном опыте, к чему с удовольствием и легкостью апеллируют как производители информации, так и потребители, что в конечном итоге, уничтожает целостность и единство знания, порождает фрагментарность бытия, разорванность сознания, манифестирует духовную вседозволенность.

Основным структурирующим принципом сознания снова становится миф, который удерживает цельность восприятия в бурно развивающемся мире. Мифотворчество признает факт неизбежного краха всех «великих идей», идеалов, ценностей, которые возникли в

прошлом, в том числе и недавнем. Смерть богов у постмодернистов означает смерть «прогресса», всего того, что вышло из лона Просвещения; отвергается мировоззренческая традиция, идущая от «Я мыслю» Р.Декарта и «знание – сила» Ф.Бэкона.

Новое определение ситуации становится и ее познанием мгновенно объективирующим ситуацию, превращающим ее в объективную [7, с.102-103, 146-147]. Процессы институционализации новых знаний проходят ряд этапов: их экстернализация, объективация и интернализация (посредством которой объективированный социальный мир переводится в сознание в ходе социализации), легитимация. Легитимация «объясняет» институциональный порядок, придавая когнитивную обоснованность объективированным значениям, придает нормативный характер его практическим императивам (имеет когнитивный и нормативный аспекты). Легитимируются ценности и знания. Знания объясняют нормы. Знание предшествует ценностям в легитимации институтов. Фундаментальные «объяснения» легитимации встроены в словарный запас, реализуются посредством различных коммуникативных технологий. Легитимации могут следовать одна за другой, время от времени придают новые значения седиментированному опыту общности. Прошлую историю общества можно реинтерпретировать (перетолковать), необязательно разрушая институциональный порядок [7, с. 115-116].

Современные знания конкурируют в борьбе интерпретаций, обоснований, объяснений и оправданий, утверждают себя, действуя на свободном рынке систем знаний и ценностей, покупаются разными группами потребителей в условиях свободного рынка и демократии. Создается ситуация невиданной доселе свободы, информационной прежде всего.

Вместе с тем, выбор сам по себе всегда был и будет своего рода критическим событием. Он подразумевает наличие альтернатив. В разные периоды общественного развития механизм формирования и реализации стратегии выбора происходит неодинаково. В условиях относительной социальной стабильности, линейности процессов стратегии носят выраженный предсказуемый характер, отражают преемственность и устойчивость жизнедеятельности. Выбор является детерминированным объектом управления, в котором ведущая роль принадлежит влиянию деятельности специализированных групп и институтов, социализационному воздействию.

Периоды ускорения, неопределенности, риска существенно изменяют стратегии поведения. Сам выбор моделирует ситуацию бифуркации, которая может дать непредсказуемые результаты. Постоянные, трудно прогнозируемые ситуации риска превращают повседневную жизнь человека в процесс их постоянной калькуляции.

Как блестяще показал У. Бек [8], такие условия производят не только новые риски, но и новые рефлексивные способности, позволяющие минимизировать данные риски. Сознание определяет бытие. Рефлексивность способствует росту субъектных факторов, самоорганизации, рационализации сознания. Вместе с тем, указывал Э. Гидденс, осмысление риска не может быть полным, возможны непредвиденные и неожиданные исходы [1]. Н. Луман убежден, что современное рисковое поведение вообще не вписывается в схему рационального/иррационального [9].

В этих условиях работают законы синергетики, освоение информации происходит особым образом, осуществляется при нескольких взаимосвязанных условиях, которые можно рассматривать как принципы информационного воздействия. Выделим их.

1. Наличие информации. Приток информации в систему вносит возмущения, задает ей возбужденное состояние, стимулирует ее к активности, способствует эволюционированию системы.

2. Определенная степень энтропии системы. Состояние неравновесности выводит систему за порог стабильности, провоцируя бифуркацию, которая приводит к выбору информационных воздействий. Высокая степень равновесности системы сильно ограничивают ее возможности, элиминирует воздействия, не способствует ее реактивности. «В равновесии материя слепа, а вне равновесия прозревает», – писал И. Пригожин [10, с. 54].

3. Открытость системы. Это состояние позволяет системе быть готовой к контакту, взаимодействию со средой и обмену информацией. Благодаря непрерывным потокам обмена информацией между внутренней и окружающей средой открытые системы достигают равновесного состояния, использование свободной энергии приводит к росту негэнтропии системы, определяет ее рост и устойчивость. Изолированная (закрытая) система является по-своему предельно упорядоченной, жестко детерминированной. Закрытые системы характеризуются максимальной энтропией или хаосом и минимальным использованием свободной энергии. Какое-то время такая система способна сохранять консервативную неизменность своей структуры, при этом утрачиваются адаптационные способности акторов к изменяющимся внешним условиям, социальная система исчерпывает свой воспроизводственный потенциал, что влечет опасность саморазрушения. Вместе с тем, чрезмерно открытая социальная система является также уязвимой, незащищенной, что может спровоцировать ее излишнее напряжение (эмоциональное, физическое) и даже разрушение.

4. Достаточность информации. Большая недостаточность информации способствует стагнации активности системы. Избыточность возмущающих воздействий влечет стремление системы к

«закрытию». Чем больше таких возмущающих воздействий, тем выше уровень «закрытия» системы. Нормальная степень информированности системы придает ей состояние активного бодрствования, способствует поиску недостающей информации.

5. Адекватность воздействующей информации состоянию порядка - энтропии системы, ее структуре, потребностям. Воздействия должны резонировать с нелинейными эффектами, происходящими в сознании, учитывать роль случайности. В ситуации явного несоответствия воздействий особенностям системы или/и их жесткого навязывания процесс не затрагивает глубинных основ сознания и может вызвать защитно-регрессивное поведение, а его результаты исчезнуть после прекращения давления.

6. Наличие положительных и отрицательных обратных связей в процессе обмена информацией. Отрицательные связи обеспечивают сохранение status quo, сложившийся в системе структур и процессов; положительные ускоряют внутренние изменения в системе и генерируют новые возможности ее самоорганизации и саморазвития. Гармоничное соотношение положительных и отрицательных обратных связей обеспечивает одновременно устойчивость и изменчивость системы, ее адаптацию и качественное развитие.

Информационное воздействие должно быть не энергетически мощным, а адекватным, в этом смысле - правильно организованным. Необходимо понимать важность осторожного обращения с высокочувствительными сложными социальными системами. Слабые, но правильно организованные (резонансные) воздействия эффективны, ими необходимо подтолкнуть систему на один из собственных и благоприятных путей выбора.

Новая эпоха ведет к формированию другой структуры духовной жизни, в которой преобладающее место занимают новейшие средства информации, приобретшие статус едва ли не центрального института социализации. Разнообразие информации способствует выбору в соответствии с ориентациями и потребностями, предоставляет широкий выбор дифференциаций. Дифференцируются интересубъективные жизненные миры, в них присутствуют разные лидеры мнений, значимые другие. Постмодернистская ситуация, как известно, ориентируется на интеллектуальную элиту и «массу» одновременно; ликвидирует треугольник силы и знания, вершину которого занимают эксперты; нередко серьезная экспертиза заменяется рецептами. В знании сочетаются рациональное и иррациональное начала; появляется равноправие факта и фикции, отсутствие поиска окончательных истин; размываются границы между видами, формами познавательной деятельности, когда спонтанно и эклектически соединяется наука, философия, религия и др. Работает принцип – лишь бы приносило пользу.

Информационное поле открыто дискуссиям, провозглашено право задавать новые вопросы, привлекать к ответу на них, открыты институциональные сферы, допускающие социальный плюрализм. В результате плюрализации жизненных миров прежняя более или менее целостная система знаний и ценностей, составлявшая мировоззрение и структуру личности, заменяется набором переменчивых, постоянно подвергаемых манипуляциям установок. Мировоззрение, по мысли постмодернистов, это фикция ситуации, в которой выбор бессмыслен или невозможен.

Растет субъективная дезориентация. Новая субъективная реальность должна легитимироваться, индивидуальная биография (читай – знания) – реинтерпретироваться. В процессе ресоциализации прошлое должно переопределяться с целью приведения в соответствие с новыми реалиями. Следует отметить, что современное общество не испытывает обычно «открытой дезорганизации», скорее, эти процессы приводят к латентному кризису значений. Кроме того, институты, производящие знания, предоставляют жизненно важные ориентиры даже в условиях отсутствия единой системы знания и ценностей. Познание, освоение социального мира формируют субъективно значимые смыслы, подвижную самоидентификацию индивидов, менталитет, поведение.

Список литературы

1. Гидденс, Э. Ускользающий мир. Как глобализация меняет нашу жизнь / Э. Гидденс. – М.: Весь мир, 2004. – 120 с.
2. Бауман, З. Текущая современность / З. Бауман. – СПб.: Питер, 2008. – 239 с.
3. Штомпка, П. Социальное изменение как травма / П. Штомпка. // Социологические исследования. – 2001. – №1. – С. 6-16; Штомпка, П. Социология. Анализ современного общества / П. Штомпка. – М.: Логос, 2005. – 664 с.
4. Бодрийяр, Ж. К критике политической экономии знака / Ж. Бодрийяр. – М.: Академический проект, 2007. – 336 с.; Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр. – М.: Культурная революция, Республика, 2006. – 269 с.
5. Маклюэн, Г. М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры / Г. М. Маклюэн. – Киев: Ника–Центр, 2004. – 432 с.
6. Моль, А. Социодинамика культуры / А. Моль. – М.: Прогресс, 1973. – 406 с.
7. Бергер, П. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М.: Academia–Центр «МЕДИУМ», 1995. – 323 с.
8. Бек, У. Общество риска. На пути к другому модерну / У. Бек. – М.: Прогресс–Традиция, 2000. – 384 с.

9. Луман, Н. Понятие риска /Н. Луман. // Thesis. – 1994. – Вып. 5. – С. 135-160.

10. Пригожин, И. От существующего к возникающему: Время и сложность в физических науках /И. Пригожин. – М.: Наука, 1985. – 327 с.

УДК 339.138

Н.В. Дергунова (Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БИЗНЕСА, ОБЩЕСТВА И ВЛАСТИ

Укорененный в общественном сознании этатизм значительным образом повлиял на становление института частной собственности в России, а также формирование гражданского общества и независимых институтов гражданского общества. Советский строй, утверждавший примат государства во всех сферах общественной жизнедеятельности, в том числе и общественной, удачно наложился на традиционную социокультурную матрицу российской государственности. В результате новое постсоветское понятие государства воспринимается не только как политический, но и экономический институт. Однако современное государство использует не только и не столько жесткие – дирижистские, сколько мягкие формы регулирования общественных отношений. Усилилось влияние внешних факторов, мировой практики деятельности институтов гражданского общества, взаимодействие с ними российских НКО. Все это приводит к усилению роли государственной бюрократии в принятии решений, затрагивающих экономическую сферу. Что позволяет российский государственный капитализм называть не столько государственным, сколько бюрократическим [1].

Это ведет к модели бюрократического торга, то есть модели бюрократического согласования интересов, в том числе и экономических (прообраз которых советская административно-командная система). Данная модель не может сочетаться с партнерской моделью взаимодействия гражданского общества и государства. Государственная бюрократия, особенно региональная тяготеет к патерналистской модели выстраивания отношений с НКО, экспертным сообществом, отдельными активными гражданами.

Некоторые позитивные изменения за последнее десятилетие наметили тенденцию перехода к партнерской модели взаимодействия: повышение открытости органов власти; активное налаживание взаимоотношений с бизнес-ассоциациями и другими представительскими организациями бизнеса. Начиная с 2009 года бизнес-структуры стали привлекаться для разработки различного рода программ, экспертов для сопровождения законодательного процесса.

Правительство РФ продолжает осуществлять программы приватизации, происходит создание структур, которым бы передавались

на аутсорсинг ряд правительственных функций. Особенно остро эта задача поставлена в плане передачи ряда социальных функций государства НКО, продолжают развитие практики государственно-частного партнерства при реализации различных проектов. Насколько серьезно эти новации затронули сознание различных групп региональной элиты, можно ли надеяться на существенное изменение модели взаимодействия трех секторов регионального сообщества друг с другом.

В феврале 2016 года кафедрой философии, социологии и политологии УлГУ было опрошено 115 экспертов – представителей бизнес-элиты, правящего класса, руководителей некоммерческих организаций и муниципальных образований Ульяновской области на тему: «Власть, бизнес, гражданское общество: модели взаимодействия». [2]

На вопрос: Как Вы считаете, в чем заключается взаимодействие гражданского общества, государства и бизнеса в современной России? большинство (57,69%) ответили, что эти отношения направлены на обеспечение оптимального баланса в реализации интересов всех взаимодействующих субъектов. Однако менее всего в этом уверены представители НКО (36%), а наиболее всего в этом уверены представители политической элиты и МСУ (61-62%). Разница в оценках управленческой группы (политики и МСУ) и НКО составляет 25 пунктов.

Значительные расхождения в оценках наблюдается и по другому варианту ответа: Отношения гражданского общества, власти и бизнеса носят характер, где каждая из сторон стремится к реализации собственных интересов. Эксперты от бизнеса и НКО поддержали данную позицию соответственно 26% и 32%, а представители партий, депутатов и руководители МО, соответственно 11% и 8% (см. табл.1).

Таблица 1

Как Вы считаете, в чем заключается взаимодействие гражданского общества, государства и бизнеса в современной России?

	%	бизн.	полит.	общ.	МСУ
1.1. Отношения, направленные на обеспечение оптимального баланса в реализации интересов всех взаимодействующих субъектов	57,69	43	61	36	62
1.2. Отношения между людьми и социальными группами как постоянными носителями качественно различных видов деятельности	26,92	31	28	32	30
1.3. Отношения, в которых каждая из сторон стремится к реализации собственных интересов	15,38	26	11	32	8
1.4. Другое	0	0			
1.5. Затрудняюсь ответить	0				

Вместе с тем, подавляющее большинство экспертов трех групп: бизнеса (70%), НКО (68%) и МСУ (80%) уверены, что отношения между представителями гражданского общества, государства и бизнеса должны строиться на принципах социального партнерства. И только 38% представителей политических структур поддержали данную позицию, а 32 % ответили, что главенствующая роль в данных отношениях должна принадлежать государству (см. табл.2).

Таблица 2

На каких принципах, по Вашему мнению, должны быть основаны отношения между представителями гражданского общества, государства и бизнеса?

	%	бизн.	полит.	общ.	МСУ
2.1. На принципах социального партнерства	73,08	70	38	68	80
2.2. Главенствующая роль в данных отношениях должна принадлежать государству	11,54	10	32	12	11
2.3. Наличие финансовых ресурсов у бизнеса позволяет его представителям устанавливать свои правила в данных взаимоотношениях	7,69	12	11	8	2
2.4. Вектор взаимодействия должны устанавливать представители гражданского общества	7,69	8	9	12	7
2.5. Другое	0				
2.6. Затрудняюсь ответить	0				

Недоверие к обществу со стороны представителей политических структур проявилось и в вопросе об основных целях взаимодействия. В отношении передачи ряда функций государства гражданскому обществу позиции бизнеса, НКО и МСУ сопоставимы и позитивны, а среди представителей политических структур только 7% поддержали данную цель взаимодействия. (см. табл.3).

Таблица 3

Как Вы себе представляете основные цели взаимодействия гражданского общества, государства и бизнеса?

	%	бизн.	полит.	общ.	МСУ
3.1. Эффективное решение проблем граждан, улучшение жизни населения	39,29	22	42	29	47
3.2. Повышение качества государственных услуг для населения	21,43	11	36	34	24

3.3.	Усиление влияния органов государственной власти в обществе	7,14	10	8	7	6
3.4.	Передача части функций государства гражданскому обществу	21,43	23	7	21	18
3.5.	Создание благоприятных условий для развития предпринимательства	10,71	34	7	9	5

Неоднозначную картину показали ответы представителей всех четырех групп по вопросам соблюдения в России принципов правового и социального государства. В отношении правового государства ответы представителей бизнеса, НКО и МСУ в целом сопоставимы и негативны (соблюдаются слабо и не соблюдаются) – 68-72%, то политики более позитивно оценивают развитие правового государства в России. То есть, те, кто разрабатывает и принимает законы, оценивают состояние позитивно, а те, кто живет по этим законам – негативно. (см. табл. 4).

В отношении социального государства ответы еще более негативные. Почти 70% экспертов от бизнеса и НКО, и более 80% представителей МСУ дали ответы, что принципы социального государства или не соблюдаются вообще или соблюдаются очень слабо. Третья часть представителей политических структур (35%) постаралась вообще уйти от ответа. Данные ответы косвенно подтверждают что социальное расслоение в стране велико, а проводимая социальная политика не отвечает потребностям гражданского общества. (см. табл. 5).

Таблица 4

Как, с Вашей точки зрения, соблюдаются в России принципы правового государства?

	%	бизн.	полит.	общ.	МСУ
4.1. Соблюдаются полностью	23,08	20	38	28	14
4.2. Соблюдаются слабо	42,31	40	26	43	54
4.3. Не соблюдаются	26,92	28	18	29	18
4.4. Затрудняюсь ответить	7,69	12	8	0	14

Таблица 5

Как, с Вашей точки зрения, соблюдаются в России принципы социального государства?

		%	бизн.	полит.	общ.	МСУ
5.1.	Соблюдаются полностью	23,08	26	24	28	14
5.2.	Соблюдаются слабо	46,15	45	29	45	56
5.3.	Не соблюдаются	26,92	24	12	21	28
5.4.	Затрудняюсь ответить	3,85	5	35	6	2

Среди факторов, препятствующих эффективному взаимодействию гражданского общества, государства и бизнеса в современной России, респонденты отметили прежде всего несоответствие законов условиям реальной жизни (40%) и отсутствие общих интересов у субъектов данного взаимодействия (23,3%). Настораживает тот факт, что отсутствие общих интересов в наибольшей степени фиксируют представители политических структур (власти и политических партий), которые по роду своей деятельности должны находить компромиссы интересов больших социальных групп, ибо в этом и состоит суть политической деятельности. Их задача – вести диалог, находить механизмы достижения компромиссов. На несоответствие законов условиям реальной жизни больше всего указывают бизнесмены (49%) и представителей НКО (37%) (см. табл. 6).

Таблица 6

Какие факторы, по Вашему мнению, являются препятствием для эффективного взаимодействия гражданского общества, государства и бизнеса в современной России?

		%	бизн.	полит.	общ.	МСУ
6.1.	Отсутствие общих интересов у субъектов данного взаимодействия	23,33	20	57	22	40
6.2.	Отсутствие необходимых законов, которые являлись бы ориентиром такого взаимодействия	13,33	7	10	11	21
6.3.	Законы не соответствуют условиям реальной жизни	40	49	5	37	19
6.4.	Дефицит квалифицированных кадров в административной среде	0	0			
6.5.	Формальный подход в деятельности структур гражданского общества	16,67	14	13	12	12
6.6.	Коррупция	0				
6.7.	Организованная преступность	0				

6.8.	Другое «отсутствие взаимного доверия, слабость институтов и переговорной силы гражданского общества»	3,33	3	0	2	0
6.9.	Затрудняюсь ответить	3,33	7	15	16	8

Таким образом, данные опроса подтверждают тот факт, что в России пока доминирует патерналистская модель взаимодействия гражданского общества, государства и бизнеса. Интересы власти, с одной стороны, и интересы бизнеса, НКО и МСУ, с другой, далеко не всегда совпадают в оценках существующих целей и механизмов взаимодействия, что служит значительным препятствием для перехода к партнерской модели.

Список литературы

1. Кинякин, А. Особенности взаимодействия власти и бизнеса в условиях модели государственного капитализма в посткризисный период / А. Кинякин. – М.: Аналитик, 2012. – С.11-20.

2. Опрос проводился в рамках проекта по изучению региональных элит факультета политологии Южно–Российского института управления – филиала РАНХиГС. Руководитель Понеделков А.В., д.полит.н., проф. Руководитель исследования по Ульяновской области Дергунова Н.В., д.полит.н., проф. / Опрошено гос. служащие – 25 человек; муниципальные служащие – 25 чел.; представители политико–административной элиты – 5–6 чел.; представители крупного бизнеса – 5–6 чел.; представители среднего бизнеса – 15 чел.; Представители малого бизнеса – 25 чел.; члены общественных организаций – 5 чел.; представители СМИ, культуры и образования – 5 чел.

3. Авцинова, Г. Теоретико–методологические основания и направления взаимодействия гражданского общества и государства в современной России / Г. Авцинова. – М. : Аналитик, 2012.– С.207-209.

4. Жихарев, М. Региональная Общественная палата как фактор развития гражданского общества / М. Жихарев. – М. : Аналитик, 2012.– С. 256-267.

5. Мощелков, Е. «Государство – гражданское общество» как научная и практическая проблема / Е. Мощелков. – Ростов н/Д : Изд–во СКАРГ, 2012. – С.25-32.

УДК 1:316

**Н.Р. Ганиев (Уфа, Башкирский государственный университет)
ФАЛЬСИФИКАЦИЯ РОССИЙСКОЙ ИСТОРИИ В УСЛОВИЯХ
ОБОСТРЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ОБСТАНОВКИ
КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ДУХОВНОГО ВАНДАЛИЗМА**

В 2015 году наша страна отметила памятную дату — 70-летие со времени окончания Великой Отечественной войны. Неоспоримы вклад и решающая роль СССР в победе над гитлеровской Германией, однако в последнее время мы становимся свидетелями попыток пересмотреть итоги войны как отечественными идеологами, так и западными политтехнологами. В принципе это не может считаться странным, так как ревизионистская позиция давно существовала как в науке, так и в массовом сознании, но в условиях экономических и политических трудностей, нестабильной международной обстановки, в которых оказалась Россия, такие высказывания носят характер «фронта боевых действий» — информационной войны.

Такого рода война между Россией и Западом идет на протяжении всего XX века, однако в разные периоды столетия она отличалась разной интенсивностью. Сейчас мы наблюдаем очередной всплеск этого противостояния, причем особенно важно отметить то, что в эту войну оказались вовлечены как государства, некогда входившие в состав СССР — Украина, Грузия, Эстония, Латвия, а также и соседи, в самое последнее время Турция.

Одним из основных методов информационной войны является фальсификация истории, под которой мы понимаем сознательное искажение исторических событий в определенных целях, чаще всего политических [2, с.30]. Появление фальсификаций объясняется тем, что наука и политика преследуют разные цели. Если главная задача первой — объективное освещение событий, то политические элиты используют историю для достижения своих прагматических целей [6, с.245], например, чтобы показать в выгодном свете деяния предшественников или очернить образ своих противников. А если учитывать тот факт, что история — очень субъективная наука, то появление фальсификаций не кажется сколько-либо удивительным явлением.

Среди приоритетных тем фальсификации отечественной истории, выделенных Е.Е. Вяземским, более половины приходится на историю Второй мировой войны и трактовку ее итогов [2, с.39-40]. Именно в середине 40-х гг. прошлого века сложился новый миропорядок во главе с двумя сверхдержавами — СССР и США. Западные идеологи считают, что российское руководство стремится вернуть биполярную систему, а значит, их целью является уменьшить роль нашей страны на мировой арене. Достичь этого можно, в том числе, и через переоценку итогов войны по принципу: меньше роль в победе — меньше прав на державный статус.

Среди недавних примеров фальсификаций, направленных против России, нельзя не отметить заявление министра иностранных дел Польши

Г. Схетыны на праздновании 70-летия освобождения концлагеря Освенцим, что его освободителями являются украинские солдаты [2, с.65]. Из исторических документов, которые были обнародованы вслед за этим заявлением Министерством обороны России, следует, что фронт, который освобождал Освенцим, был многонациональным, с преобладанием русских и украинцев [3, с.148]. Кстати, это не первая попытка поляков по-другому «взглянуть» на историю Второй мировой войны: историк А.Вечоркович открыто сожалеет о том, что его страна не выступила единым фронтом с Германией против СССР [4, с.58]. Польша — не единственное государство, где политики и ученые пытаются исказить историческую истину. Даже президент США Барака Обама на мероприятии, посвященном 65-летию открытия второго фронта, отметил ключевое значение высадки войск союзников в Нормандии, которая предопределила дальнейшее развитие и исход войны [4, с.45]. Но, как известно, второй фронт, открытие которого Британия и США постоянно откладывали, вообще бы не состоялся, не будь успехов советских солдат на восточном фронте боевых действий против вермахта. Апогеем этого ряда фальсификаций, на наш взгляд, является и высказывание премьер-министра Украины А. Яценюка о «вторжении СССР в Германию и на Украину» во время Второй мировой войны. В своем выступлении на английском языке «дипломат» использовал слово «оссиру» - «оккупация»: «Все помнят советскую оккупацию Украины, Польши, Венгрии, Чехословакии, Восточной Германии и стран Балтии, которая имела место после Второй мировой войны» [4, с.127].

Информационная война против России осуществляется и через систему школьного образования в странах постсоветского пространства. А.С. Капто приводит многочисленные примеры того, как в украинских, грузинских, латвийских учебниках авторы сознательно искажают факты, стараясь преуменьшить роль России в истории этих народов либо вовсе ее исключить [3, с.46-48]. Эта тенденция представляется тревожной, так как политические круги государств ближнего зарубежья целенаправленно воспитывают новое поколение своих сограждан в духе русофобии. Можно было бы возразить, что тем самым они реализуют патриотическое воспитание молодежи в духе любви к своей нации, однако негативные плоды такого «воспитания» наблюдаются сейчас на Украине, где воинствующие националисты «Правого сектора» уничтожают население собственной страны. Более того, как отмечает П.Л. Карабущенко, «чем больше в истории нации фальсификации, тем больше в ней авторитаризма и тем иллюзорнее выглядит ее демократия» [4, с.98]. Действительно, история должна быть достоянием народа, но никак не руководящих элит. Другое дело, что вряд ли

политики откажутся от столь мощного инструмента пропаганды и формирования общественного сознания.

Все приведенные примеры дают понять, что против России идет агрессивная информационная борьба, цель которой — преуменьшить и, в конечном счете, стереть из памяти народов воспоминания о заслугах и подвигах российских солдат в годы Второй мировой войны. Фальсификация истории Великой Отечественной войны грозит тем, что могут измениться ключевые принципы мироустройства [4, с.35].

Усилиями только публичной власти предотвратить фальсификации нельзя, для достижения этой цели нужно привлечь все общество. Это требует повышения общего культурного и образовательного уровня наших сограждан, которые должны приобщаться к знаниям об истории своей страны не из СМИ и научно-популярных изданий (чаще всего больше популярных, чем научных), а из исторических источников и серьезной научной литературы, при этом не забывая и о критическом восприятии информации, ибо сомневаться — значит мыслить.

Список литературы

1. Бордюгов, Г.А. История и конъюнктура: Субъективные заметки об истории советского общества / Г.А. Бордюгов, В.А.Козлов. – М., 2012.– С. 11.

2. Бушков, А.А. Россия, которой не было/ А.А.Бушков.– М., 1997.

3. Вяземский, Е.Е. Проблемы фальсификации истории России и общее историческое образование: Теоретические и практические аспекты / Е.Е.Вяземский // Проблемы современного образования. – 2012.– №1.– С. 28-43.

4. Никифоров, Ю. Фальсификация истории Второй мировой войны. URL: http://www.cher-city.ru/node/falsifi-kaciya_istorii.

УДК 339.138

В.И. Огородник (Донецк, Донецкий государственный университет управления)

И.С. Огородник (Донецк, Донецкий национальный медицинский университет им. М. Горького)

МИФЫ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Если спросить рядового гражданина, что такое «гражданское общество», то вряд ли услышим что-то более внятное, чем «гражданское общество – это хорошо». А вопрос «надо ли нам строить гражданское общество в России?» автоматически становится риторическим. Однако немало ярых сторонников «гражданского общества» и среди ученых, спорящих, чьи методы и пути построения сего вожделенного «идеала» лучше.

Прежде чем что-то строить, следовало бы уяснить, хотя бы самим себе, а что есть это желанное «гражданское общество», к строительству которого нас так усиленно толкает «цивилизационный Запад». Уже одно то, что Запад так настоятельно рекомендует нам, России, ускоренными темпами строить «гражданское общество» должно как минимум настораживать.

«Гражданское общество» давно превратилось в идеологический миф, или, говоря современным философским языком, симулякр. В своей работе мы будем опираться на замечательную статью С. Кара-Мурзы «Гражданское общество: подлинный смысл». Эту работу вообще следовало бы в обязательном порядке включить во все учебные планы всех вузов.

Начнем с того, что С. Кара-Мурза совершенно справедливо упрекает наши общественные науки: «Суть в том, что наше официальное обществоведение, в основном идущее в фарватере западного, не только ложно представляет свойства незападных обществ ("традиционного общества", о котором мы уже говорили), но и создает неверный образ альтернативного общества — "гражданского" (т.е. западного)» [1]. В качестве примера С. Кара-Мурза приводит определение «гражданского общества» данное в одном из лучших, по его мнению, учебников политологии: «Гражданское общество — совокупность множества межличностных отношений, семейных, социальных, экономических, культурных, религиозных и других ассоциаций и структур, которые развиваются в данном сообществе вне рамок государства и без его непосредственного вмешательства или помощи» [Политология (рук. А.Ю.Мельвиль). М.: МГИМО, 2009] [1]. Вот такой замечательный и привлекательный образ «гражданского общества» формируют у наших студентов, а ведь исходный смысл понятия «гражданское общество», как замечает автор, совершенно иной.

Приведем довольно обширный фрагмент из работы С. Кара-Мурзы, так как в нем предельно ясно обозначены истоки «гражданского общества». «Исходный смысл понятия гражданское общество таков. В Новое время, по мере того как складывалась современная западная цивилизация ("Запад") и колониальные империи, в западной общественной мысли возникло различие двух образов жизни человека — цивилизованного и дикого. В пределах западной культуры человек живет в цивилизованном (гражданском) обществе, а вне этих пределов — в состоянии "природы". Представление о гражданском (цивиленном) обществе возникло в т.н. натуралистической школе политической мысли, которая противопоставляла "естественное" общество (*societas naturalis*) "цивилизованному" или гражданскому ("*societas civilis*") [1].

И еще: «Чтобы понять смысл, надо посмотреть, из кого состоит это цивилизованное гражданское общество и каковы отношения "граждан" к тем, кто находится вне его, вне этой "зоны цивилизации". Прежде всего, для возникновения "гражданского общества" понадобилась переделка человека — Реформация в Европе, в XVI-XVII века, освобождение человека от всяких уз с ближними, его превращение в индивида (атом). Возникла совершенно новая антропология, нигде кроме Запада не существующая. Разрабатывая понятие человека-атома и его взаимоотношений с обществом, английские философы Гоббс и Локк дали представление о частной собственности. Она и стала осью гражданского общества. Жан-Жак Руссо в "Рассуждениях о происхождении неравенства" (1755) так писал о возникновении гражданского общества: "Первый, кто расчистил участок земли и сказал: "это мое" — стал подлинным основателем гражданского общества". Он добавил далее, что в основании гражданского общества — непрерывная война, "хищничество богачей, разбой бедняков". Те, кто признают частную собственность, но не имеют ничего, кроме своего тела и потомства (пролетарии), живут в состоянии, близком к природному (нецивилизованному); те кто имеют капитал и арендуют по контракту рабочую силу, объединяются в гражданское общество, которое Локк называл Республика собственников» [1].

А чему учат студентов на Западе, а вот чему: «В фундаментальной "Истории идеологии", по которой учатся в западных университетах, читаем: "Гражданские войны и революции присущи либерализму так же, как наемный труд и зарплата — собственности и капиталу. Демократическое государство — исчерпывающая формула для народа собственников, постоянно охваченного страхом перед экспроприацией... Гражданская война является условием существования либеральной демократии. Через войну утверждается власть государства так же, как "народ" утверждается через революцию, а политическое право — собственностью... Таким образом, эта демократия есть ни что иное, как холодная гражданская война, ведущаяся государством" [Historia de la ideología (Eds.F.Chatelet, G.Mairet). 3 Vol. Madrid: Acal. 1989] [1].

Так какие проблемы с построением вождяленного «гражданского общества» в России? Да никаких, мы уже заложили основу «гражданского общества» (частную собственность), поставили государство на службу собственникам, получили конфронтацию имущих и неимущих, так что господа либералы могут не голосить - «гражданское общество» в России успешно строится. Но почему же тогда «просвещенный и цивилизованный» Запад упорно отрицает наличие «гражданского общества» в России?

Причина проста, духовная культура православной России упорно сопротивляется, не желает признавать и заимствовать последние

«достижения» «гражданского общества» Запада. Эти идеалы Запада – «человекопоклонничество» и «права человека» - Патриарх Кирилл удивительно точно назвал ересью новой эпохи[2]. Зародилась эта ересь еще в Новое время, когда споры о Боге сменились спорами о человеке. В этих спорах, как замечает Е. Холмогоров, на месте старых ересей возникла ересь «антропоцентризма» и «человекобожия». Суть этой ереси в том, что теперь отсчет законов, принципов, идей начинает вестись не от Бога, а от человека [2]. «Так и выработалась доктрина «прав человека». Это права «эго» на максимальное благо, то есть на максимальное удовольствие и комфорт. Свобода — это, в либеральной концепции, возможность делать все, что не мешает такой же свободе другого «эго». Человечество превращается в множество индивидов, которые стараются максимально «не мешать» друг другу. А для того чтобы «не мешать», приходится жертвовать всеми сообществами — Родиной, народом, Церковью, семьей» [2].

О. Шпенглер определил этот процесс как «закат Европы», проще говоря, как упадок и деградацию духовной культуры западной (европейской) цивилизации. Уже цитируемый нами Е. Холмогоров дал поразительно точную оценку современного состояния западной цивилизации: «По мере выработки ресурса, заданного христианской традицией, прогресс угасает или принимает извращенные формы. Там, где вчера боролись за равноправие для женщин, сегодня борются за право носить паранджу. Там, где вчера создавали мир, в котором ребенок был чист и невинен, защищен от взрослой грязи, сегодня вводят «секспросвет» и «гейноформацию» в школе. Там, где вчера защищали свободу мысли, сегодня борются за легализацию туманящих мысль и убивающих разум, совесть, сознание наркотиков. Там, где вчера утверждали право на жизнь, сегодня почти навязывают право на смерть» [2].

А Запад уже все громче говорит о «трансгуманизме» где главная идея – это демонтаж человека во имя постчеловека. Причем речь идет не только о новейших биотехнологиях и генной инженерии, речь о демонтаже духовных основ бытия человека. Впрочем, и прямым уничтожением «лишних» людей Запад не брезгует, всем ведь «постчеловеками» не стать, ресурсов не хватит. Предоставим слово видным западным экологистам, а это, пожалуй, передовой отряд западных «гуманистов» и «демократов», столпы «гражданского общества» Запада.

«Если бы я перевоплотился, то хотел бы вернуться на землю вирусом-убийцей, чтобы уменьшить человеческие популяции» (принц Филипп, герцог Эдинбургский, президент WWF(Всемирный фонд дикой природы – прим. наше) в 1981-1996 г.). «Для того, чтобы стабилизировать численность мирового населения, мы должны ежедневно уничтожать 350 тысяч человек» (Жак Кусто, исследователь,

экологист). «В мире сегодня 6,8 миллиарда человек. Численность населения стремительно приближается к 9 миллиардам. Если мы сейчас действительно хорошо поработаем над новыми вакцинами, медико-санитарной помощью, помощью в области репродуктивного здоровья, возможно, мы сможем понизить его процентов на 10-15» (Билл Гейтс, основатель «Майкрософт», немало долларов пожертвовавший WWF). «Высшее проявление милосердия, которое семья может оказать одному из своих малолетних детей — это убить его», (родоначальник Американской федерации планирования семьи Маргарет Сэнджер)». Речь уже идет, как замечает А. Гончаров, о сломе рода человеческого [3].

И мы должны из кожи вон лезть, чтобы построить такое общество?! Чего ради? Чтобы нас покровительственно похлопали по плечу и «великодушно» признали европейцами? Вот с чем мы не можем согласиться с М. Веллером, так это с тем, что мы, Россия, принадлежим к европейской культуре и, соответственно, к европейской цивилизации [4]. К счастью, ни к европейской культуре, ни к цивилизации мы не принадлежим, мы принадлежим к русской культуре и русской цивилизации. И это признавали и О. Шпенглер, и А. Тойнби, более того, именно за русской цивилизацией и культурой они признавали будущее.

Строить нам надо не «гражданское общество» ибо «гражданское общество основано на конфронтации с неимущими. Фундаментальный смысл понятия гражданского общества основан на двух концепциях — антропологической (человек как индивид, атом) и политэкономической (частная собственность). Следовательно, это понятие в его главном смысле неприменимо к незападным культурам, культура которых стоит на иных антропологических и политэкономических представлениях» [1]. Нам надо строить «русское общество» и «русскую цивилизацию», а не оглядываться на Запад в надежде на очередную похвалу нашей очередной глупости. В заключение напомним всем нам гениальные строки великого русского поэта Ф. Тютчева, ибо каждый русский человек, каждый патриот Отечества должен их помнить и никогда не забывать.

*Как вы пред ней не гнитесь, господа,
Вам не снискать признанья у Европы.
В ее глазах вы будете всегда
Не слуги Просвещения, а холопы.*

Список источников

1. Кара-Мурза, С. Гражданское общество: истинный смысл [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ruska-pravda.com/ideologiya/47-st-ideologiya/22028-gragdanskoe.html>

2. Холмогоров, Е. Человек исчезает? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://rusnext.ru/recent_opinions/1458656478

3. Гончаров, А. Час глупости человечества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.segodaya.ru/content/173849>

4. Веллер, М. Ну что, еще не верится, что это конец? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.segodaya.ru/content/173849>.

УДК 339.138

В.Н. Сафонов (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ И НА ЗАПАДЕ

Гражданское общество, как продукт зрелых буржуазных отношений, сформировалось в Западной Европе около двухсот лет тому назад. Зрелость буржуазных отношений выразилась в том, что субъекты этих отношений, объединившись, реализовали возможность эффективно противостоять государству, которое далеко не всегда помогало и способствовало развитию этих отношений. Конфликт между правящим (почти во всей Западной Европе) классом феодалов во главе с монархом и молодой и прогрессивной буржуазией растянулся на десятилетия почти во всех странах. В любом учебнике истории ему отведено значительное место. Если вскрыть сущность этого конфликта, то можно сказать борьба развернулась между двумя важнейшими социальными институтами общества – между государством и частной собственностью. И формирование гражданского общества явилось первой значительной победой частной собственности над государством. Победой в том смысле, что у буржуазии появился новый социальный институт под названием «гражданское общество», то есть коллективная защита от всемогущего государства. Это историческое событие можно считать отличным примером достижения цели посредством солидарных усилий.

В России, как государства восточного типа и запоздалым развитием капитализма, гражданское общество не успело сформироваться даже к началу XX века. В 1917 году в России произошла социальная революция, которая уничтожила частную собственность, и на семьдесят с лишним лет вопрос о гражданском обществе был снят с повестки дня. После краха СССР он снова возник, так как появившиеся частные собственники остро ощутили его необходимость. Но ощущение его необходимости возникло у них не сразу, а лет через 12-15. Это объясняется тем, что в «лихие» 90-е годы, когда колоссальная государственная собственность бывшего СССР «прихватизировалась» новыми русскими и олигархами зачастую криминальным способом, никто серьезно и не ставил вопрос о гражданском обществе. Лишь после прихода к власти Путина В.В. и его

команды, когда вакханалия грабежа страны и государства была остановлена. Российский бизнес стал переходить (вернее его заставило государство посредством воздействия на него правоохранительной системы) на более цивилизованные правовые основы и о гражданском обществе заговорили вновь. Но российское государство в лице своей патриотически мыслящей элиты на рубеже веков очень ясно увидело, что почти всей массе новых русских и олигархам абсолютно безразлична судьба отечества, которое тогда оказалось на краю гибели. Получается, что конфликт между государством и частной собственностью проявился в России так же, как когда-то в Западной Европе. Это свидетельствует о том, что данный конфликт носит не ситуативный случайный характер, а закономерный, с необходимостью вытекающий из эволюции частной собственности.

Возникает вопрос, будет ли этот конфликт в условиях России разрешен в пользу частной собственности, как это случилось на Западе? Дело в том, что Россия в данный момент остаётся государством восточного типа. В восточном или традиционном типе государственности сущностным признаком является наличие монархии (и совершенно неважно как называется высшая государственная должность). Монарх есть глава государства и, стало быть, оно является основным социальным институтом, несущим каркасом всего общества. Но ни один монарх не может управлять государством в одиночку, поэтому чиновничество (бюрократия, номенклатура) есть элементы этого каркаса и прежде всего в политике и в экономике. В восточном государстве экономическое господство есть функция господства политического.

В западном или современном типе государственности сущностным признаком является демократия собственников, что называется гражданским обществом, в котором создаются благоприятные условия для развития способностей индивидов и прежде всего – это надо подчеркнуть – для обогащения и наживы. На западе государство служит гражданам-собственникам и прежде всего самым богатым из них, что называется олигархией, то есть власть является функцией богатства.

Россия всегда была государством восточного типа, хотя и со своей очень сильной спецификой. Но в последние триста лет, начиная с реформ Петра Великого, она активно усваивала черты западного типа. Но в главном она по-прежнему, даже сегодня, остаётся государством восточного типа, поэтому и сегодня в России главный социальный институт – государство. На Западе собственники (разумеется, не все, а самые богатые) контролируют государство, а в России государство контролирует собственников, даже самых богатых. И этот факт невозможно игнорировать. Историками доказано, что генезис того и другого института в России и на Западе прямо противоположный. На Востоке вначале формируется государство, чтобы регулировать

отношения между людьми в интересах всех, а затем позднее (иногда через несколько веков) появляется частная собственность. Например, так произошло в Древнем Египте, где частной собственности не существовало, так как всё принадлежало государству. Так было и в России, где возникновение государства предшествовало появлению частной собственности. И очевидно династия Рюриковичей в Древней Руси была не первой, кто управлял государством. Общепринятая ныне норманнская теория является не более, чем легендой, придуманной немецкими академиками во времена Екатерины II с целью принизить значение и роль России, а императрица, будучи немкой, их поддержала. На Западе, наоборот, частная собственность формируется раньше, а потом уже появляется государство, чтобы защитить интересы собственников от покушений со стороны неимущих. Такой сценарий историкам известен давно и именно так возникли государства Западной Европы после крушения в пятом веке западной Римской империи, которая на тот момент была государством восточного типа. Молодые государства западной Европы сформировались сразу как государства западного типа, так как собственники (крупные землевладельцы-феодалы) в них с самого начала играли важную или главную роль. Но с другой стороны, частная собственность этих стран получила серьёзного противника в лице монархии, так как любой монарх объективно заинтересован в укреплении государства, поэтому доминирование частной собственности не было тогда безусловным.

Сегодня частные собственники Запада контролируют свои государства, но в разной степени: в США почти полностью, в западной Европе несколько в меньшей степени. Этот факт провозглашается как победа демократии, то есть как власть народа. Подобную демократию Запад преподносит как совершенный образец, пригодный для всех стран и народов. Но в этом суждении происходит подмена понятий (власть народа на власть меньшинства собственников), которую не все могут заметить. Но демократия как власть собственников над государством непригодна для государств Востока, где такой власти нет и быть не может. А если будет, то Восток перестанет быть Востоком. Сама демократия на современном Западе из научного понятия трансформировалась в идеологическое понятие, которое как оружие используется в борьбе против всех государств, устроенных иначе. По сути, сегодня на Западе сформировался зрелый олигархический строй, который прикрывается из идеологических соображений демократией.

На Востоке прогресс происходил всегда за счёт укрепления государства. Если взять историю России, то в последние столетия это две заметные вехи: реформы Петра Великого и Октябрьская революция 1917 года. Развал СССР в 1991 году привёл к возникновению нового государства под названием Российская Федерация, очень серьёзно

ослабленного по сравнению с СССР. Основная слабость РФ как государства была в том, что оно полностью в 90-е годы отстранилось от функции контроля частной собственности, которая на тот момент возникала, увеличивалась и вывозилась за границу почти всегда незаконно. Апофеозом слабости верховной власти РФ были президентские выборы 1996 года, когда пресловутая «семибанкирщина» с помощью своих денег помогла Ельцину переизбраться на второй срок, хотя объективно его шансы на переизбрание равнялись нулю. А вот укрепление российского государства, начиная с 2000-го года, во многом произошло потому, что оно возобновило контроль над частным сектором экономики и финансов. В частности это выразилось в восстановлении способности собирать налоги. Госбюджет с 20 млрд долларов в год постепенно вырос до 500 млрд долларов в год при В.В. Путине.

Итак, можно зафиксировать, что главным социальным институтом Востока является государство. А главным социальным институтом Запада – частная собственность. С тех пор, как возникла частная собственность, она вступила в борьбу с государством. Объектом борьбы стал социум, право им управлять в соответствии со своими интересами. Пока существовало восточное государство в единственном числе (так как западный тип государства возник позже), то институт частной собственности был в подчинении у государства. Так было в Античности, так остаётся и сегодня в государствах восточного типа. Но уже в Античности в греческих полисах (в первую очередь в Афинах) стали формироваться элементы западного государства, которые вступили в борьбу (с переменным успехом) с государством как высшим и важнейшим институтом общества, который отражает и защищает интересы всех граждан. Частная (то есть не все граждане, а лишь их часть) собственность сформировала в лице своих собственников отдельный особый интерес, противопоставив его интересу общему. Таким образом, между ними возникло диалектическое противоречие. На Востоке государство всегда держало под контролем частную собственность. На Западе частная собственность всегда боролась против государства и можно назвать её знаковые победы в этой борьбе: буржуазные революции против монархии и дворянства как главной опоры монархии и позже формирование гражданского общества как совокупности граждан-собственников в качестве противовеса государству. Противоречие между двумя социальными институтами носит антагонистический характер. Суть антагонизма в непримиримой борьбе двух важнейших социальных институтов за первенство в общественной жизни, так как лишь один из них может главенствовать в социуме. Социалисты всех времён и народов как будто предчувствовали или понимали, опасность, исходящую от института частной собственности, когда предлагали её как главное зло общественной жизни ликвидировать или, хотя бы держать под контролем.

По публикациям в научных изданиях и сообщениям СМИ мы постоянно читаем и слышим, что в России формируется гражданское общество, что оно очень скоро начнёт или уже начало играть важную роль в жизни общества вообще и в деле развития демократии особенно. Но вот прошло четверть века с момента краха СССР, а гражданское общество всё никак не сформируется и в лучшем случае можно сказать, что в России возникли лишь зачатки его. Но и эти зачатки возникли с разрешения государства, а не по инициативе снизу. Наше объяснение следующее: не может быть гражданского общества, которое есть феномен Запада, в государстве восточного типа. Поэтому перспективы формирования гражданского общества в России подобного западному, на наш взгляд, отсутствуют.

Но на нашей почве сегодня может возникнуть и развиваться органичная для России структура, которая имеет прецеденты в истории нашего Отечества. Назовём её *самоуправлением народа*. И эта структура будет иной, чем гражданское общество Запада. Единственное, что их объединяет – это функция противовеса институту государства. Но даже в этом у них есть важное различие. Гражданское общество Запада имеет своей целью (и сегодня оно этой цели почти достигло) подчинение государства, так как главный элемент в нём и одновременно его основа (в гражданском обществе) – это институт частной собственности, о чём было сказано выше. Самоуправление народа в России не может иметь такой цели, так как его задачи – помощь государству снизу, укрепление его и развитие, так как государство главный социальный институт восточного общества. Кратко приведём примеры данного самоуправления народа из нашей истории. Народное вече в Древнем Новгороде, которое просуществовало несколько столетий. И именно поэтому Новгород был республикой, а не монархией. Лишь в XVI веке Иван Грозный окончательно подчинил свободолюбивый город свой власти и ликвидировал вече. Следующий прецедент – Земской собор (то есть, сбор, съезд) – собрание представителей различных земель и сословий Русского царства, на котором представители всех сословий (в том числе и крестьян) решали важные вопросы государственной жизни. Например, на таком соборе в 1613 году после Смутного времени был избран новый царь, первый из династии Романовых – Михаил. Далее – русская крестьянская община, которая решала все вопросы своей жизни даже во времена крепостного права. И помещики не покушались на права и полномочия общины. Дворянские собрания – аналогичный пример для сословия дворян. Купеческие гильдии – для сословия купцов. Офицерские собрания – для сословия военных. XX век – Советы разных уровней и разных периодов с 1917 года по 1993 год. И малоизвестный и краткий по времени, но яркий по своей эффективности институт Рабкрин (Рабоче-крестьянской инспекции), предложенный В.И. Лениным и функционировавший в 20-е

годы XX века в СССР. Нечто подобное было в Древнеримской республике – это магистратура народных трибунов, которые защищали интересы плебеев от покушений патрициев. Трибунат всегда избирался из числа плебеев, имел широкие контрольно-запретительные полномочия, которые немедленно применялись (то есть решения других магистратур останавливались), если народные трибуны обнаруживали ущемление прав и свобод рядовых граждан. У народных трибунов было даже право распустить римский сенат, который подчинялся и покорно ждал разрешения, чтобы собраться вновь. Некоторые историки – Полибий и Теодор Моммзен – полагали, что именно предоставление власти народным низам, сделало политическую систему Древнего Рима необычайно живучей и непобедимой для внешних врагов. Как вывод, можно зафиксировать, что развитие гражданского общества (самоуправления народа) в современной России в этом направлении гармонично соответствовало бы её историческим традициям и одновременно отвечало интересам широких народных масс и всего государства в целом.

УДК 339.138

Г.П. Пирожков (Тамбов, Тамбовский государственный технический университет)

СЛОВО В КОММУНИКАЦИИ (о логомахии и логократии)

Во многих современных произведениях российская жизнь представлена как в кривом зеркале. Разложение человеческой личности их авторы преподносят, прежде всего, через призму сексуальной революции, забыв о главном: человека отличает от животного наличие разума. Они умалчивают и о том, что удовольствия стоят денег, поэтому надо трудиться, быть грамотным в вопросах рыночной экономики: чтобы что-то купить, надо что-то продать, а чтобы что-то продать, надо его произвести. За четверть века агрессивной пропаганды гламура (почти по В.В. Маяковскому, «Я планов наших люблю гламурьё!») базовые вопросы существования человека вычленены из жизнедеятельности: побеждает идеология потребительства, а не созидания. На «доске почёта» сегодня бармены, стриптизеры, офисные работники...

Во многих СМИ нормой стала ложь. Надругательству с особой извращенностью первым подвергается российское прошлое, за что «спасибо» элитной интеллигенции: актерам, журналистам, политехнологам, «светским львицам»-телеведущим, большинство которых плохо знает отечественную историю, так, нахватались фактов на поверхности, ну, тех, которые не тонут... Историю извращают по всем «швам», например, критикуют социализм, а страна до сих пор во многом живет за счет производственной и военной мощи, созданной в советское время. Да, вспоминают и о войне – Великой Отечественной, но часто

подают ее события как страшную сказку: когда-то все это было, но к сегодняшним удовольствиям не имеет отношения. Более того, раздаются пiski, что не надо называть войну «Великая Отечественная...» – была просто война...

Или о сегодняшнем дне страны: положение чаще изображают нигилистически, уничижительно, цинично... Однако «потрогаем» реальность: разве совсем недавно мы не мечтали о сельхозпродукции и промтоварах по количеству и качеству европейскому? Есть все необходимое и даже больше. А кто не мечтал о благоустроенном жилье? Строят много. А кто не видел себя во сне в иноавто? В городах автомашины уже негде парковать. А компьютер, сотовый телефон...

Искажение прошлого и настоящего давит в первую очередь на молодежь: правды она не знает, поверит во что угодно. Особо же опасно то, что никто не размышляет, как влияет на людей написанное, нарисованное, отснятое из «новой реальности». А она бьет по здоровью нации: алкоголизм, наркомания... Бездуховность молодежи уже не спишешь на влияние «гнилого» Запада.

Сегодня многие ситуации в информационных потоках (значительная часть информации – это выдумки-фантазии, а часто бред) нормальный человек просто не может понять. Например, зачем сыну чиновника (или жене бизнесмена) ученая степень (а то и две) при высшем «заушном» образовании? В вузе они никогда не появятся – там, по их мнению, «не круто, не платят». И вообще, зачем не педагогам присваивать ученые звания? Или, на каком основании, почему, зачем отец Филиппа Киркорова – народу неизвестный певец – стал Народным артистом РФ? Где, что он пропел? А зачем публикуются доходы богатых людей, депутатов, например? Конечно, прежде возникает вопрос: чего такого для страны они сделали, что государство их так богато обеспечивает? Но главный вопрос: в чем смысл публикаций о доходах? Ведь когда что-то передается гласности, то эта информация для чего-то нужна? Какой она имеет позитивный потенциал? Кому она на пользу? Получается, что как будто по чьему-то заказу в стране создается искусственная виртуальность очень далекая от реальности, не имеющая к ней никакого отношения и сама по себе бессмысленная. Авторы, публикующиеся в этом формате, создатели «умных» PR-материалов широко используют научные термины, умозаключения великих людей, сдабривая выдернутыми из контекста пространными цитатами свои словесные винегреты, выдавая придуманное за действительное... Но как только задумаешься, фальсификация бросается в глаза.

Надо констатировать: в России произошла совсем не сексуальная революция, а другая – словесная: большинство сказанных и написанных слов перестало обозначать реальность. «Словесность» одолела всех: каждый хочет высказаться, «наследить» на информационном поле. И если это было бы только комично, пусть даже драматично, а не

угрожало трагедией, что с Россией уже случилось в начале XX в.: за торжество той «словесности» страна платит до сих пор своей отсталостью, однако уроков истории никто не усвоил, выводов не сделано.

Учёные утверждают: сегодня мы строим не индустриальное, не постиндустриальное либо информационное, а логомахическое общество (логомахией называется спор, когда он не представляет ничего существенно важного) [1; 2, с. 320; 3]. Действительно, многие средства массовой коммуникации сегодня принадлежат негосударственным структурам, поэтому они испытывают на себе воздействие со стороны учредителей, от которых зависят экономически (автор имеет пятилетний опыт работы в коммерческой областной газете). Кстати, не могут избежать этого и СМИ, учредителями которых являются госструктуры. Невозможность выразить собственную позицию превращает СМИ в информатора, носителя пиаровских текстов, что не способствует формированию общественного мнения, отстаиванию коллективных интересов. Вот и получается, что все что-то говорят, к чему-то призывают, но слова перестали иметь смысл, они не соответствуют реальности.

Можно утверждать, что язык как основное средство коммуникации (общения) перестает отображать действительность. Укрепление власти слова (логократии) с внутренним содержанием логомахии не безопасно. Не отражающие суть дела слова гуляют в информационном поле, потоками давят человеческое сознание, заставляя людей жить по новым правилам. Очень опасно, когда ложь выдает себя за правду, становится обыденностью, все чаще используется в корыстных целях и т. п. – это, прежде всего, внешнее проявление цинизма. П. Слотердаек выводит такую дефиницию: цинизм – это просвещенное ложное сознание. Он объясняет его тем, что «знать лучшее и делать худшее в пику ему – таково глобальное отношение, существующее сегодня в надстройке; тот, кто действует подобным образом, чувствует себя свободным от всяких иллюзий [4, с. 34]. Новый цинизм существует уже как установка личности. «С диффузией цинизма, превратившегося в коллективный менталитет... терпят крах прежние моральные основания..., критики уже давно слились воедино с критикуемыми и всякая дистанция между ними, которая могла бы обеспечиваться благодаря морали, была утрачена из-за... сползания в не-мораль...» [4, с. 158]. Поэтому многие начинают жить по правилам: «лови момент», «на наш век хватит» и др. Им все «по барабану» или «до лампочки». В итоге возможно: при отсутствии результативной нравственной альтернативы общество может опуститься до массового проявления в социокультуре нигилизма и цинизма, забыть о святости, а там и недалеко до ниспровержения вечных ценностей. Пора искать средство нейтрализации подобных процессов.

Выход видится в осуществлении релевантных совместных действий людей по установлению справедливого должностного-быть мира, вполне достижимого, так как человек – единственный моральный субъект, имеющий ответственность: только он способен к осознанному поступку, только он может противостоять негативным процессам и понемногу изменять окружающий мир с помощью созданных технологий.

Надо последовать примеру мудрого царя Соломона, говорившего о том, что словами мы познаем суть вещей. Logos (с греч. слово, понятие, учение...) должно быть всегда рядом с Techne (с греч. искусство, ремесло, делать что-то руками...). Начинать надо со СЛОВА.

Список литературы

1. Атаманчук, Г. Обесмысливание общечеловеческих ценностей / Г. Атаманчук // Наша власть: дела и лица. – М., 2011. – №11-12. – С. 31-33.
2. Кондаков, Н.Н. Логический словарь-справочник / Н.Н. Кондаков. – М. : Наука, 1975. – 720 с.
3. Пирожков, Г.П. Россия – общество логомахов?, Или что стало со Словом... / Г.П. Пирожков // Бюллетень кафедры «Связи с общественностью» Тамбовского государственного университета. – 2012. – №3. – С. 27-33.
4. Слотердаjk, П. Критика цинического разума / П. Слотердаjk. – Екатеринбург : У-Фактория; М. : АСТ Москва, 2009. – 800 с.

УДК 1:316

И.А. Зосименко (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

И.И. Ахмедова (Ульяновск, Муниципальное бюджетное образовательное учреждение «Средняя общеобразовательная школа №6 имени И.Н. Ульянова»)

ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО: ПОЛИТИКО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

В современной России в условиях явного проявления авторизации политической власти обострились споры о гражданском обществе, его сущности, возможностях и функциях, состоянии и перспективах. Среди учёных-обществоведов нет единства в понимании термина «гражданское общество», что вполне естественно. Вместе с тем, большинство учёных согласны, что гражданское общество, как важнейший социально-политический институт современности является основным условием демократизации общества.

В современных подходах к пониманию гражданского общества превалируют две основные позиции: детерминирование его как

средство поддержки существующего политического строя или средоточие оппозиции как силы, направленной на подрыв государственного устройства. В обоих случаях для гражданских обществ характерны три особенности. Во-первых, наличие множества ассоциаций или, в более общем плане, центров социальной власти. Предполагается, что ассоциации создаются по инициативе граждан для удовлетворения их потребностей. В этом смысле гражданское общество не совместимо с жесткой, единовластной государственной машиной. Во-вторых, относительная независимость этих центров социальной власти. В силу своей особенности к самоорганизации эти центры власти противятся контролю со стороны государства. В-третьих, чувство гражданской ответственности, а также цивилизационное поведение и активная гражданская позиция – всё это необходимые элементы подлинного гражданского общества [3].

В Большом энциклопедическом словаре в отношении гражданского общества приведена статья следующего содержания: «Гражданское общество, термин, употребляемый в разных значениях; введен Аристотелем, который назвал гражданское общество сообществом свободных и равных граждан, связанных между собой определенной формой политического устройства (государство - полис). В XVII-XVIII вв. гражданское общество противопоставлялось абсолютистско-феодальному государству. В распространённом современном значении гражданское общество обозначает совокупность отношений в сфере экономики, культуры и др., развивающихся в рамках демократического общества независимо, автономно от государства. Гражданское общество предполагает существование широкого круга демократических прав и свобод членов гражданского общества. Полное огосударствление общественных отношений ведёт к свёртыванию демократии, установлению тоталитаризма» [2, с. 305].

В детерминировании гражданского общества необходимо учесть, в первую очередь, исторический подход. Некоторые ученые в обосновании понятия гражданского общества считают, что исторически идея гражданского общества восходит к Аристотелю, который якобы в греческом полисе считал гражданами только тех, кто участвовал в политической жизни и кого он называл существами политическими. Но, как известно, во времена Аристотеля полисы составляли полноправные граждане, имеющие земельную собственность и политические права, и они олицетворяли политическую власть. Общество и государство понималось как единое целое и, естественно, Аристотель не мог выделять гражданское общество как часть граждан, противостоящую государству как органу управления и основному институту политической власти.

Предпосылки к возникновению гражданского общества были созданы в период Нового времени, когда «новый человек» – гражданин

– стал участвовать в формировании государственных органов власти. Основоположниками либеральной трактовки гражданского общества считаются Т.Гоббс и Дж.Локк, сформировавшие свои взгляды в условиях превращения подданного в гражданина, который получает равные со всеми юридические права и свободы. В условиях современной российской действительности либеральная трактовка гражданского общества как силы, противостоящей государству, не находит широкую поддержку из-за патерналистических верований и чувств большинства населения страны.

Некоторые ученые, различая понятия «гражданское общество» и «общество», считают, что общество, как совокупность отношений между людьми, становится гражданским лишь по достижении определенной зрелости, при определенных условиях. Это явное заблуждение, ибо знак равенства между обществом и гражданским обществом ставить никак невозможно; все общество гражданским быть не может, никогда не достигнет «соответствующей зрелости».

Энциклопедический словарь под редакцией А.А. Ивина так определяет гражданское общество: «Гражданское общество – сфера спонтанного самоуправления свободных индивидов и свободных ассоциаций и организаций, огражденная законом от прямого вмешательства и произвольной регламентации их деятельности со стороны органов государственной власти. Гражданское общество включает всю совокупность *неполитических* (выделено авторами) отношений в обществе, а именно: экономические, социальные, семейные, духовные, нравственные национальные, религиозные и др.»[3].

В Новой философской энциклопедии гражданское общество определяется как: «1) общество, в котором сочетаются частные и общие интересы; 2) общество, достигшее партнерских отношений с государством, способное поставить государство под свой контроль, в котором возможность его членов реализовать свои права и обязанности дополняется способностью государства обеспечить безопасность общества в целом и отдельных граждан; 3) общество, контролирующее не только государство, но и богатство страны, с развитыми партнерскими отношениями между обществом, государством и экономикой. В целом, гражданское общество можно охарактеризовать как самоорганизующееся начало и сосредоточение негосударственных отношений [4].

В определении гражданского общества превалирует акцентуация на «отношениях» – как совокупности неполитических и неполитизированных экономических, социальных, нравственных, религиозных, национальных и т.д. отношений.

Ученые-философы, формулируя понятие гражданского общества, преувеличивают роль отношений: получается, что отношения

существуют сами по себе, отдельно от социальных субъектов, непосредственных носителей таких отношений. По мнению авторов, акцент должен быть на субъектах, действующих в структуре гражданского общества. Исключение же гражданского общества из политических отношений видится абсурдом, ибо от идеи о гражданском обществе до сегодняшнего его состояния в странах демократии, гражданское общество воспринималось как негосударственная часть общественно-политической жизни (при условии понимания государства, как основного института политической власти, не тождественного государству-стране).

Социологическое понимание гражданского общества также неоднозначно.

В Социологической энциклопедии гражданское общество понимается как «... общество, характеризующееся сферой спонтанного самопроявления индивидов и добровольно сформировавшихся ассоциаций и организаций граждан, которая защищена от прямого вмешательства и произвольной регламентации деятельности граждан со стороны органов государственной власти» [4, с.87]. А словарь Collins трактует гражданское общество как промежуточную сферу между семьей и государством, а в широком смысле – это «... сфера обширных социальных отношений и общественного участия в качестве противовеса более строгим действиям государства или экономики» [1, с.144-145].

Относительно определения категории «гражданское общество» нет единства и среди политологов. Так, Ю.В. Ирхин считает, что гражданское общество – это «...человеческая общность на определенной стадии развития, включающая добровольно сформировавшиеся негосударственные структуры в экономической, политической, социальной и духовной сферах жизнедеятельности общества; совокупность негосударственных – экономических, политических, социальных, духовных, религиозных, нравственных, семейных, национальных и других отношений; сфера самопроявления свободных индивидов и добровольно сформированных организаций и ассоциаций граждан, огражденная законами от прямого вмешательства и произвольной регламентации их деятельности со стороны органов государственной власти»[1].

В Политическом словаре утверждается, что «...гражданское общество – общество развитых социально-экономических, политических и духовно-нравственных отношений, высокой общей и социально-политической культуры, социальной и политической активности своих членов (граждан), отделённое и независимое от государства, строящее свои отношения с ним на основе признания *приоритета* общества и необходимости служения ему государства»[2].

Известный российский политолог Б.И. Кретов считает, что «... в нынешнем понимании гражданское общество – это система отношений между людьми, обеспечивающая удовлетворение их неотъемлемых прав и интересов на основе самоуправления и свободы форм и направлений деятельности». По его мнению, в широком смысле «...гражданское общество включает всю, непосредственно, не охватываемую государством, его структурами часть общества...», а в узком – «...собственным значением неразрывно связано с правовым государством, они не существуют друг без друга» [4, с. 319].

Профессор А.Ю. Мельвиль, руководитель научно-образовательного проекта «Политология» определяет гражданское общество как «...совокупность множества межличностных отношений, семейных, социальных, экономических, культурных, религиозных и других ассоциаций и структур, которые развиваются в данном сообществе вне рамок государства и без его непосредственного вмешательства, либо помощи» [3, с. 562].

С социально-политологических позиций гражданское общество можно рассматривать как сложную и разветвленную совокупность субъективных отношений общественно-политической жизни, где важнейшими субъектами выступают общественные организации, созданные гражданами на добровольной основе и для реализации их потребностей.

Поскольку потребности граждан неоднозначны, в определенной степени иерархичны, можно выделить, основываясь на теории А.Маслоу, три уровня интересов и потребностей. Первый, базовый уровень потребностей, наличествует у всех граждан. Это потребности в жизни, пище, одежде, здоровье и т. д. Второй уровень потребностей – мезоуровень – затрагивает интересы большинства населения. Это потребности в образовании, семье и браке, продолжении рода, воспитании детей, общении, информации и т.д. Этот уровень реализации потребностей протекает в рамках имеющихся социальных институтов: церковь, образование, семья, творчество, спорт и другие. Третий – высший уровень потребностей, реализация которых требует создания объединений граждан; этот уровень связан с политическими интересами и предпочтениями, предполагает стремление личности к участию в политической деятельности с помощью политических партий, общественно-политических организаций и движений, групп политического влияния.

Таким образом, в политологическом значении современное гражданское общество можно детерминировать как совокупность социально активных граждан и добровольных общественных ассоциаций и организаций, созданных по инициативе граждан для реализации их потребностей, и непосредственно или опосредовано участвующих в общественно-политической жизни без государственного

вмешательства. Другими словами, под гражданским обществом понимается негосударственная часть общественно-политической жизни в совокупности организаций, организованных гражданами.

Основой функционирования современного гражданского общества можно считать реализацию главной цели – достижение гармоничного и оптимального сочетания общественных и частных интересов при наиболее полном удовлетворении материальных и культурных потребностей граждан. С учетом тесной взаимосвязи и взаимообусловленности сосуществования правового государства и гражданского общества, можно выделить следующие основные функции гражданского общества.

1. Функция легитимации государственной власти. Легитимной можно

считать правление политической элиты, пришедшей к власти на законном основании, в честной конкурентной борьбе при поддержке и одобрении гражданского общества. В рамках реализации этой функции осуществляется решение следующих задач: политическое рекрутирование, т.е. заполнение вакантных мест в органах государственной власти и местного самоуправления представителями гражданского общества; обеспечение устойчивости социума; обеспечение стабилизации общественных отношений, особенно в начальном периоде деятельности вновь избранной политической элиты; внедрение в жизнь конституционного принципа правового государства, подтверждение сущности государства как правового.

2. Консолидирующая функция. Реализация данной функции обеспечивается решением следующих задач: обеспечение баланса интересов в системе отношений «государство - личность», «государство - общественные организации»; поддержка государства в процессе реализации целей, интересов и потребностей граждан; обеспечение продвижения и реализации общественных интересов.

3. Защитная (охранительная) функция, которая реализуется через решение таких задач, как: защита граждан от произвола государства; обеспечение общественного контроля за деятельностью органов государственной власти и местного самоуправления; критическое оценивание решений государственной власти, их общественная экспертиза.

4. Мобилизационная функция реализуется решением следующих задач: участие в социализации личности; вовлечение граждан в общественно-политическую жизнь, формирование у населения потребности политического участия; обеспечение активного электорального поведения граждан.

5. Коммуникационная функция. В рамках этой функции реализуются следующие задачи: информирование государства о насущных потребностях и интересах граждан, удовлетворение которых

зависит от государства; обеспечение обратной связи, в первую очередь, относительно реакции населения на принимаемые государственной властью нормативно-правовые акты.

Функционирование гражданского общества в современной России необходимо рассматривать с учетом следующих обстоятельств: во-первых, гражданское общество современной России находится на стадии зарождения; во-вторых, создаваемые государством элементы и структуры гражданского общества (Общественная палата РФ, общественные палаты регионов, Общероссийский народный фронт) превращены в государственные органы; в-третьих, в России реально действуют следующие элементы (субъекты) гражданского общества: политические партии; общественно-политические организации и движения; профессиональные союзы; некоммерческие организации; землячества и этнонациональные организации в регионах; научные, культурные организации, спортивные общества; благотворительные фонды и др.

Становлению и развитию гражданского общества в России препятствуют определенные проблемы.

Гражданское общество по определению является оппонентом государства, тем мерилom, которым определяется подлинность правового государства; гражданское общество – это оппозиция, подвергающая верификации принимаемые государством решения в интересах граждан. В современной России сложилось негативное отношение к организациям и личностям, подвергающим сомнению или критике решения, принимаемые органами государственной власти, особенно, президентом. Этот негатив переносится на гражданское общество. Особо циничным является стремление государства, с использованием средств массовых коммуникаций очернить гражданское общество, деятельность его ярких представителей и оппозицию в целом.

Кроме того, менталитет российского народа содержит понимание приоритетности государства в общественной жизни, негативное отношение к критике государства, особенно деятельности первого лица. По мнению авторов, одной из причин препятствующих формированию в современной России гражданского общества является отрыв, отдаление политического руководства и государственной властной элиты от населения, игнорирование насущных нужд и чаяний реального человека. Государство находится «над» гражданским обществом, не обретая в нём партнера. В стране приоритетное внимание уделяется оборонно-промышленному комплексу, крупным бизнес-структурам, банкам, государственным корпорациям, чем борьбе с коррупцией, обеспечению безопасности граждан, проблемам в сфере ЖКХ, предотвращению воровства бюджетных средств, благоустройству дорог, жилой сферы и т. д.

В современном российском обществе сложилась парадоксальная ситуация, своеобразный социально-политический дуализм: большинство граждан понимает, что государство не в полной мере выполняет свои социальные обязательства; вместе с тем, большинство населения не верит в возможности гражданского общества по их защите от государственного произвола, негативно относится к оппозиции и критике деятельности государственных органов, не принимает активного участия в общественно-политической жизни и не верит в реальность успеха совместных действий. Известный российский общественный деятель и оппозиционер В. Рыжков считает, что в девяти из десяти случаев протестных акций граждане добиваются успеха, если действуют солидарно [4, с. 7].

Еженедельник «Аргументы и факты» опубликовал аналитический материал с положительными примерами совместной деятельности общественных организаций, ассоциаций, некоммерческих организаций, фондов как элементов российского гражданского общества. Отмечается, что среди направлений их работы борьба тарифами ЖКХ, коррупцией и нечестными застройщиками; защита стариков и животных; помощь беженцам и больным детям; восстановление храмов и детских площадок; волонтерство, добровольцы, дружинники, больничные клоуны и сборщики мусора и т.д. Среди наиболее известных и активных отмечаются: Студдозор – защита прав студентов; Лиза Алерт – поиск пропавших людей; Доктор Лиза – помощь больным; Стопхам – борьба с хамством на дорогах; Синие ведёрки – выступают против беспредела чиновничьих мигалок на дорогах; Мусора.Больше.Нет. – борьба со свалками и помойками, пропаганда безотходного потребления и производства; Старость в радость – помощь одиноким пожилым людям и обитателям домов престарелых; Российская общественная инициатива – поддержка петиций и инициатив граждан и организация электронного голосования по ним; Активный гражданин – система электронных референдумов; Демократор.ру – интернет-площадка для коммуникации между властью и гражданином [4, с.6].

В системе отношений «государство – гражданское общество» современной России превалирует государство, которое контролирует все сферы деятельности гражданского общества с позиции «старшего брата». Однако, в условиях подлинной демократии государство нуждается в гражданском обществе, государство развивается и совершенствуется при участии гражданского общества; гражданское общество нуждается в государстве как гаранте своей независимости и регуляторе свободной деятельности. По мнению авторов, в основе взаимодействия государства и гражданского общества лежит баланс ценностей и интересов.

Определимся, что в самом широком смысле под ценностями мы понимаем то, что имеет значимость, а интерес – это причина,

основание действий; механизм баланса есть временное превалирование ценностей и интересов одного субъекта над ценностями и интересами другого; ценности и интересы выступают регулятором отношений между государством и гражданским обществом. Таким образом, государственные ценности и интересы поддерживаются и одобряются гражданским обществом, а ценности и интересы гражданского общества защищаются государством.

Есть ценности и интересы, в реализации которых в равной мере нуждаются и государство, и гражданское общество. Это борьба с коррупцией; наведение порядка в жилищно-коммунальной области; усиление социальной функции государства, придание ей характера реальной заботы о гражданах; обеспечение безопасности граждан, бизнеса, других сфер; формирование российского государства, как правового; создание комфортной инфраструктуры и другие.

Действие механизма баланса ценностей и интересов как основы взаимодействия государства и гражданского общества особенно ярко проявляется в период выборов.

Выборы, как известно, являются формой прямого волеизъявления граждан по формированию органов государственной представительной власти, органов местного самоуправления, формой прямой, непосредственной демократии. При демократическом политическом режиме государство и гражданское общество действуют по отношению друг к другу, основываясь на принципе баланса: государство регламентирует отношения внутри гражданского общества, гражданское общество рекрутирует из своих рядов граждан для замещения вакантных мест политической элиты.

В современной России гражданское общество не может эффективно использовать институт выборов по причине собственной незрелости и ввиду противодействия государства. Сложившаяся вертикаль власти (как иногда говорят «мягкий авторитаризм Путина») полностью контролирует ход выборов от назначения дня голосования до «правильного» подсчета голосов по итогам выборов. Среди кандидатов на выборные должности исчезла состязательность, борьба за голоса избирателей. Кандидата от «партии власти» поддерживает федеральная, региональная и местная власть, средства массовых информационных освещают его повседневную положительную деятельность, направленную на благо граждан, исследователи показывают неизменно и стабильно растущий рейтинг данного кандидата, уверяя избирателей в неизбежности его победы.

Вместе с тем, авторы считают, что государство и гражданское общество должны уходить от конфронтационности своих отношений, строить их на основе взаимности в удовлетворении ценностей и интересов, ибо государство настолько нуждается в гражданском обществе, насколько гражданское общество в государстве.

Список литературы

1. Гражданское общество. Энциклопедия Кольера. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.dic.academic.ru/dic.nsf/enc_colier/5247
2. Кретов, Б.И. Политология : учебное пособие для вузов / Б.И. Кретов. – М. : Высш. шк., 2005. – 446 с.
3. Новая философская энциклопедия : В 4-х томах. Ред. совет : Степин В.С., Гусейнов А.А., Семагин Г.Ю., Огурцов А.П. и др. М. : Мысль, 2010. [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://ipn.ras.ru>
4. Политический словарь – Мир словарей. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://mirslovarei.com/content_pol/gra.

УДК 339.138

Ш.М. Хаутиев (Ульяновск, Министерство культуры Ульяновской области)

СОВРЕМЕННЫЙ УЛЬЯНОВСКИЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ РЕЖИМ: НА ПУТИ К ПРИНУДИТЕЛЬНОЙ КОНСОЛИДАЦИИ

В 2000-е гг., после десятилетия неуправляемой регионализации России, произошли структурные и институциональные изменения региональных политических режимов, которые привели к уменьшению их политической роли. Если взять Ульяновскую область, то постепенное снижение значимости электоральных процессов и фактора электоральной состоятельности (с последующей ликвидацией всегородских выборов мэров) повернуло политическую жизнь региона в направлении попыток формирования моноцентричного режима.

Однако даже в условиях растущей централизации управления в России в 2000-е гг., значительно ограничившей автономию локальных властей, региональные режимы сохраняли автономный характер местной политики, в которой имело место своеобразие и вариативность политических субъектов и институтов. Это происходило в силу многих причин, главные из которых – характер политических возможностей, связанных с адаптацией региональных властей к политической линии федерального правительства, внутренняя зависимость регионального политического процесса от предыдущей трансформации политического режима. В сумме данные тенденции давали новые структурные характеристики региональным политическим порядкам.

После прихода к власти губернатора Сергея Морозова политическое развитие Ульяновского региона прошло несколько этапов: 1) восстановительный (после неоднозначных результатов правления предыдущего губернатора В. Шаманова) период с тенденцией к новой стабилизации (2005 – 2013 гг.); 2) критический эпизод конца 2013 – начала 2014гг., связанный с попыткой губернатора С. Морозова выйти на досрочное переизбрание; 3) кризисный период (2015 – 2016 гг.),

связанный с конфликтом по линии «губернатор области С. Морозов - глава Ульяновска М. Беспалова» с публичным выходом конфликта на федеральный уровень.

Что касается первого этапа, то губернатор Морозов укреплял свой режим с сильной оглядкой на общероссийский политический контекст. Глава региона старался избегать неопределённости и исключать ростки политических альтернатив своей власти. Со временем он научился умело манипулировать ситуацией и правилами с тем, чтобы предотвращать всякие нежелательные процессы, которые в перспективе могли изменить ситуацию в неблагоприятном для него направлении.

Второй этап характеризовался попыткой принудительной консолидации субъектов локального политического режима со стороны ключевого регионального актора - губернатора Морозова, что привело к угрозе подрыва устоявшихся интересов в регионе и политическому кризису. Возможно, поводом для столь резкого шага в данном направлении стала уверенность губернаторской команды в том, что главе региона по плечу любые административно-кадровые перемещения. Основания для этого были. Завершение восстановительного периода привело к укреплению личной власти губернатора С. Морозова. Региональный политический режим эволюционировал в направлении консолидации и стабилизации. Тем не менее, соотношение плюсов и минусов проводимой губернаторской командой политики был не совсем в пользу режима С. Морозова. Средством снятия этой неопределённости для режима стала широко используемая к тому времени технология «уход в отставку - ВРИО - перевыборы», которая по сути стала способом продления губернаторами своей власти. Поскольку назначение президентом подавшего в отставку главы региона означает то, что его фигура поддержана Кремлём. Однако в Ульяновской области эта тактика не сработала: губернатор Морозов не был отобран федеральным центром для перевыборов. Несмотря на неудачу данной линии, региональный политический режим смотрелся консолидированным, чем когда-либо прежде.

Проблемой и испытанием для режима стала попытка окончательной консолидации (как её понимало окружение губернатора) всех политических сил путём использования принудительных практик и методов властвования. Стратегия принудительной консолидации была направлена на окончательную ликвидацию политической конкуренции (торжеством которой стали выборы в Ульяновскую городскую Думу, больше похожие на назначения) и нейтрализацию фигуры главы города Марины Беспаловой, обладавшей политическими ресурсами, публичным статусом и поддержкой в федеральном Центре. Однако неспособность победить М. Беспалову в политической борьбе, отголоски которой докатились до администрации президента и центрального

офиса партии «Единая Россия», привело режим к кризису. Данный кризис стал содержанием третьего – кризисного – этапа регионального политического процесса, связанного с вопросом, кто возглавит область на следующий губернаторский срок.

Конфликт по линии Морозов - Беспалова с последующим вовлечением в него федеральных структур, различные сегменты которых поддержали разные борющиеся стороны, стал неожиданностью для федерального центра. Такое развитие событий позволяет говорить об органичности и самобытности эволюции ульяновского регионального политического режима. Данный сценарий отличается, например, от характера политического режима в Рязанской области, описанного местным политологом В.С. Авдониным. Последний сделал вывод о том, что рязанский политический режим представляет собой «модельный тип» регионального авторитаризма, инициированного («наведённого», по словам Авдонина) федеральным центром и удерживаемого им [1]. Сказанное дополнительно убеждает нас в том, что повсеместный триумф таких атрибутов пост-ельцинской эпохи, как централизация, властная «вертикаль», «партия власти» не смог устранить региональную политическую специфику.

Указанный ульяновский конфликтный казус по линии губернатор Морозов - глава города Беспалова опровергает также смелый, но явно преждевременный вывод другого российского политолога В.А. Ковалёва о том, что «в условиях выстраивания в «нулевые» годы бюрократическо-насильственной «вертикали» и оформления в стране системы зрелых форм так называемого «электорального авторитаризма», региональные особенности играют всё меньшую роль в политическом процессе. Не менее ошибочным, на наш взгляд, является ещё одно утверждение автора о том, что политические «расколы» и региональное многообразие (являющиеся естественными предпосылками локальной состязательности и демократизации), неизменно существующие в условиях открытой политической конкуренции, «в условиях России последнего десятилетия уходят далеко вглубь и наблюдаются иногда с трудом» [2]. Региональные политические режимы обладают собственной логикой и траекторией развития в современной России и что централизация российской политики не ликвидировала региональные конкурентные политические процессы.

Побочным результатом попыток принудительной консолидации локального политического режима стало избыточное администрирование в процессе взаимодействия с институтами гражданского общества в регионе. В результате подобной политики отношения власти с такими институтами гражданского общества, как Общественная палата, некоммерческие организации, политические партии, напоминает патерналистскую опеку первой над вторыми.

Список литературы

1. Авдонин, В.С. Рязанская область: "умеренный" авторитаризм становится жёстче / В.С. Авдонин // PolitBook. – 2013. – С. 59-78 / <http://cyberleninka.ru/article/n/ryazanskaya-oblast-umerennyy-avtoritarizm-stanovitsya-zhestche#ixzz3TPB72d6N>

2. Ковалев, В.А. Межакторное политическое взаимодействие и политические противоречия административного режима в республике Коми / В.А.Ковалев // PolitBook. – 2013. – С. 69-88 / <http://cyberleninka.ru/article/n/ryazanskaya-oblast-umerennyy-avtoritarizm-stanovitsya-zhestche#ixzz3TPB72d6N>

УДК 339.138

И.П. Вязьмитинова (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО И ФАКТОРЫ ЕГО УНИЧТОЖЕНИЯ: СОВЕТСКИЙ ОПЫТ 20-х – 30-х ГОДОВ.

Между 1917 и 1937 гг. советской истории – два десятилетия, но они в корне изменили общество.

Конечно, вряд ли в полной мере можно считать жителей России в 1917 г. гражданским обществом в силу его незрелости, малограмотности, социальной и политической пестроты. Но это был народ, совершивший две революции за короткий срок, отстраивавший выборную систему в виде советов, прошедший большую политическую школу. После февральской революции Россия стала на короткий период времени одной из самых демократических стран мира. После октябрьского переворота последовали коренные преобразования, невозможные без активного участия широких слоёв населения.

Через двадцать лет эти же жители страны, скованные страхом репрессий, будут обожествлять вождя, участвовать в массовом «шельмовании» так называемых врагов народа, требуя их «расстрелять как бешеных собак». Какие факторы смогли за столь короткий период фактически уничтожить гражданское общество?

Исследователи, обращающиеся к истории СССР сталинского периода, часто используют термины «тоталитаризм», «тоталитарная система», напр. Х. Арндт [1], Р. Арон [2], М. Джилас [4] и другие. В их работах содержится типология европейских тоталитарных режимов. При всей условности этих терминов, без них невозможно обойтись. Сталинский тоталитарный режим имел некоторые особенности становления.

В начале 20-х годов в СССР установилась монополия большевистской партии на власть. Либеральные партии, активно участвовавшие в демократических преобразованиях с февраля по октябрь 1917 г., были уничтожены в ходе гражданской войны, а их уцелевшие активисты составили массовую эмиграцию первой волны.

В 1922 г. проходили массовые политические процессы над социалистическими партиями меньшевиков и эсеров, ещё одной активной политической силой 1917 года. Это был важный шаг по уничтожению немалой части активного населения, имевшего опыт политической деятельности. Вместе с тем, большевики устранили своих конкурентов. Теперь политическая деятельность стала возможной только в рамках РКП(б) - ВКП(б). Так, гражданское общество было «усечено» до небольшой его части, насколько это применимо к активистам жёстко централизованной партии, к тому же борющейся против фракций и группировок в своих рядах. [3]

Дальнейшая деградация гражданского общества была напрямую связана с процессами, происходившими внутри монополюс правящей большевистской партии. Её идеологи отвергали принцип разделения властей. РКП(б) – ВКП(б), по сути дела, вбирала в себя государственные структуры, которые, преломляясь через задачи, цели, идеологию большевистской партии, приобретали искажённые формы.

Реформирование партийных структур РКП(б) – ВКП(б), осуществляемое в 20-е годы, вело к усилению всевластия центра. Это соответствовало большевистской доктрине. Однако, сопутствующие результаты такого реформирования: бюрократизация партии, гипертрофированное разрастание партийного аппарата, доведённое до абсурда внутривнутрипартийное единство, - вызывали отторжение у определённой части старой партийной гвардии.

Инакомыслие проявилось в многочисленных дискуссиях начала 20-х годов, в складывании оппозиционных группировок, возглавляемых известными участниками Октябрьской революции 1917 года и гражданской войны. Речь идёт об оппозиции Льва Троцкого, Льва Каменева, Григория Зиновьева, в меньшей степени Николая Бухарина и их сторонников. Эти лидеры пользовались большой поддержкой у радикальной части общества. Во внутривнутрипартийных дискуссиях на стороне оппозиции выступала молодёжь, которую Троцкий назвал барометром общества, наиболее образованные и самостоятельно мыслящие группы коммунистов. Значительной опорой Троцкому служили вузовские партийные ячейки.

Оппозиция верно обрисовала побочные явления сверхцентрализации, но считала их не изначальными дефектами системы, а издержками процесса «строительства социализма». И это неудивительно. Во-первых, в двадцатые годы тоталитарная система только складывалась, и её создатели и апологеты ещё не успели пагубные последствия почувствовать на себе. Во-вторых, признание обречённости системы означало бы крах жизненных целей многих поколений революционеров. Вот почему критику политики большинства ЦК оппозиция предпочитала изложению собственной модели развития. Выжидательная тактика оппозиции являлась её уязвимым местом.

Методы сопротивления – производными от методов её подавления властями.

Ещё одна слабая черта оппозиции заключалась в противоречии между демократической оболочкой и содержанием её требований, направленных на ужесточение внешней и внутренней политики РКП(б) – ВКП(б). Либерализация партийной жизни не могла осуществляться одновременно с социально-экономической бескомпромиссностью и непримиримостью во внешней политике. Свёртывание новой экономической политики и постоянное будирование внешнеполитической угрозы крайне неблагоприятно сказались на перспективе элементарных прав и свобод. Поражение внутрипартийной оппозиции в ВКП(б) в 20-е годы означало уничтожение левого спектра остатков гражданского общества.

Естественная усталость народа от многолетних политических потрясений, связанных с революцией и гражданской войной, снижала число потенциальных сторонников радикальной политики. Период, когда политическая активность общества заметно идёт на убыль, сложен для резкой смены устоявшегося курса демократическим путём. Усиливающийся контроль государства и партии над всеми сферами общественной жизни создавал экономически неблагоприятные условия для поддержки альтернативного курса. Значительная безработица среди городского населения в 20-е годы до начала индустриализации, связанная с фактическим отсутствием крупной промышленности, разрушенной в период войн, делала более активную часть населения заложницей политической линии руководства. Крестьянское население, которое вплоть до коллективизации было экономически самостоятельным, проявляло гораздо меньшую политическую активность. Таким образом, усиливавшаяся экономическая зависимость населения от государства стала ещё одним фактором, уничтожавшим гражданское общество.

Немаловажную роль сыграли монархические традиции, когда вера в «доброе царя» после революции трансформировалась в поклонение вождю, пришедшему к власти: сначала Ленину, потом Сталину. Возвеличивание вождя сопровождалось активным мифотворчеством. Попытка критики первого лица пресекалась организационными мерами и дискредитацией оппонентов. Это наглядно проявилось по отношению к Троцкому и его сторонникам, когда с помощью резолюции «О единстве партии» препятствовалось озвучивание другой точки зрения. К официальному «шельмованию» фракционностью добавлялись многочисленные закулисные интриги и клеветы сталинской группировки. Так складывался образ нового вождя, который всех побеждает, никогда не ошибается, и за которым идёт большинство.

Фактором уничтожения гражданского общества стали репрессии сначала против «классовых врагов», затем список «врагов» стал всё

время расширяться. Репрессии играли двоякую роль. С одной стороны, они устраняли конкурентов: наиболее активных, образованных, талантливых, честных, трудолюбивых людей, позволяя выдвигаться посредственности. С другой стороны, они порождали страх у остальной части населения, формируя конформизм и приспособленчество.

Нельзя не отметить и духовный фактор разрушения гражданского общества. Он стал следствием двух войн и революций, через которые прошла Россия в начале XX века. Бойня Первой мировой, братоубийственная гражданская война и революционное истребление «классово чуждых» девальвировали ценность человеческой жизни. Убить человека стало легко, привычно, ненаказуемо. Крушение религиозного сознания с его заповедью «не убий» уничтожило нравственные препятствия к убийству. Власть с помощью государственной пропаганды разжигала ненависть людей друг к другу: национально-государственную рознь в Российской империи в Первую мировую войну, классовую и социальную ненависть в Советской России. Без девальвации ценности человеческой жизни вряд ли были бы возможны массовые репрессии.

Таким образом, нарождавшееся гражданское общество в России было подвергнуто серьёзным испытаниям. Один за другим от него отсекались слои, считавшиеся враждебными. В условиях большевистской монополии на власть к 20-м годам сохранился только левый фланг людей с активной гражданской позицией. В ходе борьбы с «троцкистами», «зиновьевцами» и другими оппозиционными группировками остатки гражданского общества фактически были уничтожены. Этому способствовали такие факторы, как однопартийность, слабость оппозиции, традиции вождизма, экономическая зависимость людей от государства, репрессии, девальвация ценности человеческой жизни и некоторые другие.

Решающий удар по гражданскому обществу был нанесён в 20-е годы. Последующее десятилетие только иллюстрировало его отсутствие. Сложилась тоталитарная система, когда человек был низведён до «винтика» в партийно-государственном механизме. Массовые репрессии не встречали организованного сопротивления. Культ личности Сталина, царивший в 30-е годы, до сих пор имеет своих адептов.

Список литературы

1. Арендт, Х. Истоки тоталитаризма / Х.Арендт. – М.: ЦентрКом, 1996.
2. Арон, Р. Демократия и тоталитаризм / Р.Арон. – М.: Текст, 1993.
3. Вязьмитинова, И.П. Секретность как средство борьбы за власть в советской политической системе 20-х годов / И.П. Вязьмитинова // Материали за 8-а международна научна практична конференция,

«Найновите научни постижения. – 2012. – Т. 24. – История. София. «Бял ГРАД-БГ» ООД. – С.47-50.

УДК 339.138

Д.Е. Краснянский (Москва, Московский государственный технический университет гражданской авиации)
ГЕНЕЗИС ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Гражданское общество возникает в городе, его источником является горожанин, житель города, чуть позже – гражданин. Не случайно первое место, где возникают структуры гражданского общества – это античные полисы, города-государства Афины, Милет, Коринф, Эфес и т.д. Именно здесь происходит эмансипация жителей города и их объединений от существующих политических связей и политического доминирования тех, интересы которых выражает и защищает государственная машина. Городская культура позволяет на рефлексивном уровне осознать и выработать идеологию противостояния аристократическому или монархическому государству и его структурам. Идеологической платформой или формой выражения общего взгляда членов гражданской общины – демоса становится представление о равных правах каждого гражданина и источнике власти в коллективной воле всей гражданской общины.

Вполне логично, что в качестве механизма регулирования отношений и обстоятельств полисной жизни формируется писанное право и основанная на нем система законодательства. Это ключевой момент для структур гражданского общества. Ведь источник права и законодательства – воля и идеи граждан, взятые вместе.

В рамках полиса кристаллизуются диалог и плюрализм – формы, в которых только и возможно появление и существование структур гражданского общества. Античный полис – это пространство диалога и плюрализма: агора, еkkлeсия, гелиэя, гимнасий, палестра, театр, городские магистраты.

Еще Е. Бэкон отмечала, что в римской культуре латинское *tribus*, означавшее «племя», использовалось как синоним *populous* – «народ», а *civitas* – одновременно и «община» и «государство». Естественно, что эти конструкции восходили к эпохе классической античности, где *demos* – «народ», точнее свободные граждане, обладающие правами, собственностью, идентичностью и защитой со стороны гражданской общины перед лицом разных внешних угроз, в том числе государства. *Civitas* – это все-таки то, что относится к гражданину, гражданственности. Ядром гражданственности в античном полисе конечно же являлось собрание всех граждан – гражданская община города (населенного пункта). Государство – это аппарат насилия, механизм поддержания своей власти одной группы, класса (элиты) над

массами народа, обычными людьми (*demos*). Для него характерно наличие политических связей и отношений, которые создают особый организм политического характера. Аристотель назвал такую политическую единицу политией (πολιτεία). Хотя он вкладывал несколько значений в это понятие: уже указанная политическая единица любого уровня; власть большинства по образцу Афинского полиса и его последователей; форма общественного (политического) управления, в которой власть большинства используется для общей пользы. Но во всех смыслах этого понятия подчеркивается система политических связей, поддерживаемая легитимным насилием в интересах эффективного управления. Разумно вслед за Аристотелем и другими обществоведами разводить гражданское общество и государство, вводя понятия, которые маркируют эти разные феномены. *Civitas* – гражданское общество, *πολιτεία* – государство.

Христианская церковь, сложившаяся на пространствах Римской империи создала параллельный центр и структуру управления – духовный, административный, экономический, идеологический, правовой. Собственно с момента появления христианства – это движение претендовало на универсализм и создание своего особого мира, который был с одной стороны эквивалентом прежнего античного, языческого мира в смысле наличия структур и элементов, которые, правда, претендовали на новизну, желая христианского мира в противовес старому, языческому. Хотя христиане уповали на небесное царство Бога, они создали его представителя в реальном мире – церковную организацию, которая хотела быть частичкой желаемого небесного царства на грешной земле. В средние века, христианство в Западной Европе стало параллельной властью, вторым центром «силы» (власти), создав дуалистическое общество, которое порождало моменты, элементы гражданского общества. Только, в отличие от борьбы в античном полисе между разными группами его населения за политическое представительство, тут к плюралистическому обществу, отделенному от властных структур государства привела борьба церковных сил со светской властью средневековых государств.

Во времена Григория Великого (Двоеслова) римская церковь в условиях паралича и развала государственных структур Византийской империи в Италии (из Рима центр управления бежал в Равенну), перед лицом лангобардского нашествия именно римский епископ взял в свои руки дела государственного управления и организацию защиты Рима от лангобардов. Можно сказать, что именно в этот момент, папство обрело светскую власть и заложило основы будущего теократического государства в Италии, остатком которого сегодня является град государство Ватикан.[3]

Конечно, в раннем средневековье (V – XI вв.), папство, обладая огромным моральным и духовным авторитетом среди населения,

серьезно зависело от сильных светских правителей, сначала Франкских королей, потом Германских императоров. Но такая ситуация выглядела нетерпимой, учитывая, что папство исходило из концепции о полноте власти пап. Это привело к тому, что уже с X века началась борьба с обмирщением церкви и выхода римско-католического христианства из под контроля светских властей.

В правовом аспекте римско-католическая церковь также была автономна от светской власти, ибо базировала свою деятельность на основе корпуса канонического права. Вообще нужно отметить крайнее юридическое начало в деятельности римской церкви, даже богословие, которое в до раскольную эпоху было универсальным, метафизического характера, сближаясь в этом плане с идеалистической философией Парменида, Платона, Плотина и неоплатоников, приобрело откровенно юридический характер, точнее было переработано в этом направлении. Алексей Осипов, профессор Московской духовной академии говорит: «от святоотеческого понимания христианства католическую церковь отделяет бездна...учение о Боге, учение о спасении, учение о грехе, учение о таинствах – нет ни одного учения, в котором бы у католиков не было искажений (по сравнению с ранним христианством, эпохи Христа и апостолов) причем искажения все в одном ключе. Отношения между Богом и человеком носят характер юридический – я, Господи, Тебе, а Ты, Господи, мне. Подал милостыню нищему – давай-ка, Господи, отпусти мне грехи»[1].

В экономическом плане, римско-католическая церковь со времени превращения в государственную религию стала накапливать богатства, экономические ресурсы, в первую очередь земли сельскохозяйственного назначения. Важнейшими каналами накопления богатств были церковная десятина (либо прочие налоги с населения христианских территорий Европы, например «грош Святого Петра», который платили христиане Польши и Пруссии), дары населения и пожалования светских властей. С учетом жесткой иерархии в управлении церковью и традиции celibата, собственность самих людей церкви накапливалась внутри организационных структур римо-католиков. Неудивительно, что уже в раннем средневековье католическая церковь была самой богатой организацией Европы и по экономической мощи с ней не могли тягаться никакие страны той эпохи. Достаточно сказать, что по разным оценкам исследователей до трети земель сельскохозяйственного назначения в Европе было в руках католической церкви, причем благодаря клюнийской реформе, монастырское землевладение превратилось в крайне эффективный хозяйственный механизм.

В политическом плане уже Григорий VII приступил к борьбе с представителями светских властей, в частности с германскими императорами, что вылилось в так называемую «борьбу за инвеституру». Обоснованием для этой борьбы была концепция полноты

власти пап, ведь римский первосвященник считался викарием Христа, его полномочным представителем на земле. А раз светские правители, франкские государи и германские императоры, а вслед за ними и прочие владетели Европы получали регалии своей власти из рук папы, то постепенно складывалась идея не просто о двух параллельных силах власти (светская и духовная), но о доминировании религиозной над светской. Это привело к длительной борьбе светских и духовных властей в Европе, которая в конечном итоге завершилась компромиссом, суть которого была в создании дуалистической системы, где важными составляющими стали элементы гражданского общества того времени: христианские структуры в лице монастырей, братств, орденов, общин, конгрегаций; университеты; самоуправляющиеся города-коммуны, все это на фоне складывающихся территориальных государств.

Немыслимо формирование гражданских структур без отчетливого осознания своей идентичности. Центральным моментом этой идентичности должна быть сформировавшаяся идея о самодостаточности и противопоставленности человека самым разным «внешним» силам и обстоятельствам. То есть понимание себя активным и самодостаточным субъектом. Это не возможно без борьбы: идеологической, духовной, экономической, политической, то есть в рамках всех имеющихся общественных пространств. Лишь в ее ходе и складывается эта идентичность. Осознание должно было идти по линии не только индивидуального сознания, не только по линии принадлежности территориальной общине, но и более обширного единства. В качестве примера можно привести древних греков, которые осознавали себя «эллинами», имели сходную культуру, общий пантеон, язык и общие культовые центры в Олимпии и Дельфах. В период раннего средневековья важной составляющей идентичности стала христианская вера и, в более общем плане, христианское мировоззрение. Средневековая культура спланировалась вокруг общих центров: рыночного характера – экономики обмена, университетов в которых продолжалось освоение античных культурных знаний и опыта, в первую очередь развитие латинского языка, как универсального, европейского общего, рецепция римского права, как универсального и повсеместного механизма регулирования политических и экономических сфер жизни, складываются феодальные структуры повседневности, городская культура жизни.

Ключевым фактором в генезисе гражданского общества является хозяйственная сторона жизни людей. Ибо без экономического фундамента невозможна самостоятельность и субъектность гражданина. В полисе сформировались ключевые экономические условия, позволившие возникнуть структурам гражданского общества. Собственно вся полисная жизнь базировалась на этом укладе.

Возможно, самым важным из этих условий было укоренение частной собственности, особенно на ключевые хозяйственные ресурсы – землю сельскохозяйственного назначения, но не только. Частная собственность на землю, иную недвижимость, прочие объекты владения с неизбежностью рождала рыночную экономику и разделение труда. Развитая товарно-денежная экономика создавала необходимый базис для экономической самостоятельности и субъектности гражданина, что приводило к торжеству структур гражданского общества в полисе. Кроме частной собственности можно указать на следующие важнейшие условия этой системы: экономика обмена, торговля как необходимый механизм распределения материальных благ, роль денег как универсального эквивалента и сохранения стоимости.

После краха античного мира и гибели полисной жизни, встраивание ее в универсальные структуры Римской империи, а затем гибели Западной Римской империи и создания на ее территории «варварских королевств», экономика обмена, торговля и институт частной собственности во многом возродились только с оживлением городской цивилизации в Западной Европе. Именно возрождение европейских городов с их спецификой стало важнейшей причиной складывания гражданских структур в средние века. Почти все исследователи согласны, что возникновение городов на исходе раннего средневековья было связано с оживлением сил обмена. Потребности развития феодального общества вынуждали создавать инфраструктуру для торговли, в узлах торговых путей, в местах появления рынков стали формироваться населенные пункты, выраставшие в города. Как писал Фернан Бродель, развитие торговых средневековых городов в Европе привело к оформлению европейского мира-экономики, представленного галактикой этих городов-государств[2]. Средневековые торговые города, замкнутые на себя, являлись пространствами свободы, конкуренции, обмена, возникновения структур гражданского общества. Самостоятельность городов-коммун обеспечивали городское право (например, такие его разновидности как магдебургское или любекское право), внутреннее самоуправление, плюралистическая политическая система: городской магистрат и система городских цехов и купеческих гильдий с одной стороны и власть светского правителя, феодального сеньора с другой. Вообще городское право возникло в ходе борьбы горожан за освобождение от власти городских сеньоров как право общее и равное для всех.

Ренессанс и Реформация стали важнейшими моментами складывания гражданского общества в Европе. Вероятно, самым важным вкладом ренессансного движения в этот процесс стало формирование гуманистического мировоззрения. Гуманисты были убеждены в самостоятельности и автономности человека, его принципиальной эмансипированности от каких либо структур, объектов

или сил. В том, что он может на равных вступать в отношения с Богом, другими людьми, структурами государства. Реформация создала представление о человеке, который опираясь на свой разум, читая Евангелия, может добиться всего, в первую очередь, познав Бога достигнуть спасения, хотя и не только это. Разные протестантские мыслители, Лютер, Меланхтон, Кальвин, Цвингли, Браун предложили разумные, рациональные и целесообразные способы устройства жизни, общественных правил и взаимоотношения граждан с властью. Принципиальные требования протестантов – независимость территориальных общин, выборность своего руководства, сильнейшее правосознание, невмешательство государства в дела веры и устройства жизни общин вели к формированию плюралистического, демократического и либертарианского устройства, которое может быть охарактеризовано как зрелое гражданское общество.

Таким образом, можно констатировать, что генезис гражданского общества теснейшим образом связан с социокультурной спецификой развития европейской цивилизации. Во-первых, античная эпоха с полисными городами, где возникает само явление личности, фигура самостоятельного и самодостаточного гражданина, общественные формы коммуникации: диалог и плюрализм, выборные механизмы политического представительства, демократия, как форма политического устройства государства, торговая экономика, базирующаяся на частной собственности и товарно-денежных отношениях. Во-вторых, западноевропейское средневековье, где складываются торговые города-коммуны, папство, задающее общественный дуализм и постоянно воспроизводящуюся борьбу между светскими и духовными властями, рецепция римского права и вообще встраивание юридических механизмов регулирования в самые разные стороны общественного организма. В-третьих, движения Ренессанса и Реформации, которые на новой основе восстановили достоинство автономной и самодостаточной личности с ее неотъемлемыми правами и обязанностями, принципы рациональности, целесообразности и выборности в устройстве общественных институций.

Список литературы

1. Гавриленко, Д. Встреча, которая ведет к Сретению / Д. Гавриленко // Эксперт. – №8. – 2016. – С. 52-53.
2. Бродель, Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV – XVIII вв./ Ф. Бродель.- М. : Весь мир, 2007. – С. 10-15.
3. Гергей, Е. История папства. Республика /Е. Гергей.- М., 1996. – С. 55.

УДК 339.138

К. Семенова, Ю.Б. Шагбанова (Казань, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева)

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В РАЗВИТИИ ТВОРЧЕСКИХ МОЛОДЕЖНЫХ ИНИЦИАТИВ КАК СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

В современном коммуникационном пространстве творчество выступает как некий проводник духовных, социальных и иных ценностей в широкие слои населения, а также средством для развития гражданского общества. Тем более, если речь идет о творческих инициативах, носителем которых является молодежь. Поскольку именно она – важный потенциал для развития гражданских позиций, решения социально-ориентированных проблем. В развитии творческих молодежных инициатив, исходя из выполнения ими общественной миссии, подключаются связи с общественностью, которые выступают в качестве информационной и коммуникационной основы их позиционирования и продвижения.

Связи с общественностью в развитии творческих молодежных инициатив реализуются по следующим позициям: исследование конкретных творческих инициатив для их эффективного внедрения в практическую жизнь; позиционирование через PR-технологии важность и значимость для общества развития творческих инициатив; анализ и оценка социальных последствий реализации творческих проектов и т. п.; развитие мотиваций для увлечения молодежи творчеством, так как именно оно занимает значительное место в формировании нравственных и эстетических вкусов, критериев художественных ценностей, играет немаловажную роль в становлении личности человека.

В целом, роль связей с общественностью в формировании творческих инициатив молодежи состоит в том, что они дают возможность продемонстрировать преимущества увлечения творчеством перед негативными проявлениями в молодежной среде. В этом плане делается акцент на важности самовыражения, самореализацию молодежной аудитории, ее успех и личностный рост в процессе формирования творческих инициатив.

В формировании творческих инициатив молодежи важное место отводится средствам связей с общественностью. Подбор данных средств определяется характеристиками целевых групп аудитории, сезонной динамикой их интересов, а также актуальными информационными трендами в медиа-поле.

Из наиболее активных средств связей с общественностью можно выделить социальную рекламу в формировании творческих инициатив молодежи. Как правило, она выходит за рамки экономических задач, и чаще всего направлена на достижение благотворительных или иных

общественно-важных и полезных целей. В целом, реклама направлена на информирование о существовании различных творческих инициатив; формирование благоприятного имиджа творческой организации; убеждение и создание определенных стимулов к совершению гражданских действий.

Среди информационно-коммуникативных средств связей с общественностью можно выделить интернет, который одновременно выступает площадкой продвижения и реализации разного гражданских проектов и развития молодежных инициатив. К примеру, проект «Россия: богатство культур, один путь» направлен на интернет-образование с точки зрения создания атмосферы уважения к другим культурам, и использования силы социокультурного разнообразия. Целью проекта является создание обучающей и развивающей социальной сети, демонстрирующей жемчужины и мудрость различных культур и воспитывающий в людях дух уважения к ним.

В России одной из площадок реализации творческих молодежных инициатив является «Интерпренёр». Основой проекта выступает российский виртуальный бизнес-инкубатор для творческих интернет-предпринимателей. Главной целью проекта можно отметить превращение России в ведущего в мире экспортера творческих продуктов и решений путем создания всероссийского виртуального бизнес-инкубатора, помогающего людям быстро становиться интернет-предпринимателями, успешными как на российском, так и мировом рынках. В рамках данного проекта важно выделить проект «е – Муромец». Основной сутью проекта является российский виртуальный бизнес-инкубатор для детей-инвалидов. Задачей проекта является превращение жизни детей-инвалидов в гораздо более увлекательную, общительную и материально обеспеченную путем создания всероссийского виртуального бизнес-инкубатора, помогающего его участникам совместно или индивидуально создавать интересные е-продукты и е-услуги и успешно выходить с ними на мировой рынок.

Творческие молодежные инициативы, например, экономической отрасли, что очень актуально для развития гражданской основы общества, могут быть реализованы через такое средство связей с общественностью, как специальные мероприятия. Деловые встречи и семинары представителей бизнеса; социально-экономические школы и мастер-классы; конкурсы и т.п. – все эти мероприятия создают эффективную основу для выявления творческих молодежных инициатив и их реализации на практике.

Например, для отрасли культурно-развлекательного характера, а именно для субъекта данной отрасли - вокальной школы продюсерского центра «ShowMakers group» (г. Казань), можно предложить проведение такого специального мероприятия, как

«Квартирник» - вечеров с участием реальных и потенциальных учеников и творческо-вокальной группой местного значения, где участник мероприятия и лидер группы смогут вместе показать творческий номер.

Цели «Квартирника»: содействие созданию и развитию творческого тандема (в рамках мероприятия); поддержание творческих инициатив молодых участников мероприятия.

Творческие инициативы молодежи проявляются через такие формы специальных мероприятий, как участие в различных областных, региональных, всероссийских и международных творческих проектах, куда входит организация конкурсов, фестивалей по профилям деятельности и интересам молодежи. Творческие инициативы развиваются через организацию социальных акций, грантов, благотворительных мероприятий, стажировок и обучений за рубежом.

Связи с общественностью в развитии творческих молодежных инициатив как средства формирования гражданского общества направлены на обеспечение постоянного присутствия молодежной аудитории в информационном поле.

УДК 339.138

М.М. Польшкова (Тольятти, Тольяттинский государственный университет)

ТЕРРОРИЗМ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА В КОНТЕКСТЕ МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ОПЫТ

Исследователь М.Ф. Гацко подчеркивает ряд различий между данными понятиями. Во-первых, угроза отличается от опасности степенью готовности к причинению того или иного ущерба. Если опасность характеризует потенциальную угрозу причинения ущерба тем или иным интересам, для реализации которой необходимо создание соответствующих условий, то угроза подразумевает стадию крайнего обострения противоречий, непосредственно предконфликтное состояние, когда налицо готовность одного из субъектов применить силу для достижения своих целей. Во-вторых, если угроза включается в себя как намерение, так и готовность нанесения ущерба другой стороне, то опасность ограничивается исключительно наличием одной из этих составляющих. В-третьих, угроза в отличие от опасности носит персонифицированный характер, или конкретно-адресный, характер. Объект и субъект угрозы явно определены. Опасность же носит гипотетический, часто безадресный характер. Иными словами, опасность может исходить из многих источников и по отношению ко многим объектам, тогда как угроза – из конкретного источника и адресована конкретному объекту.

Опираясь на данные разграничения, согласимся со следующим определением опасности, которое дано С.В. Кортунным, – это

объективно существующая возможность негативного воздействия на состояние и жизнедеятельность людей, их общностей и институтов, в результате которого им может быть причинен какой-либо вред, ущерб, ухудшающий их состояние, придающих их развитию нежелательную динамику [3, с. 37]. Опасность в данном случае является осознаваемой, но не фатальной вероятностью негативного воздействия. Данное понятие характеризует возможность наступления негативных явлений, которая впрочем может и исчезнуть.

Угроза в таком случае – это наиболее конкретное и непосредственное проявление деструктивных факторов, которые порождаются целенаправленной деятельностью откровенно враждебных сил. Центральное понятие работы риск не получило однозначной трактовки. Так, в словаре Ожегова понятие «риск» анализируется с двух позиций. Во-первых, риск выступает здесь в качестве активный действий индивида, положившегося на удачу. Во-вторых, в качестве ситуации, в которой индивид подвергается опасности.

В социологии также нельзя наблюдать единодушия среди ученых. Назовем лишь некоторые определения риска.

К.А. Гаврилов анализирует понятие «риск» с позиции пяти характерных признаков: калькулируемость, зависимость от решения, ожидаемость последствий, вероятный характер последствий, наличие ущерба. На основании этих характеристик ученый понимает риск в качестве «решения (действия), следствием которого может быть некоторое ожидаемое негативное последствие, существенное с точки зрения действующего субъекта (влияющее на осуществление действия)».

Другой исследователь – Е.М. Маслова – определяет риск как «деятельность человека или отказ от нее в ситуации риска (выбора, неопределенности, которые присущи любой сфере жизнедеятельности), требующая от него оценки собственных действий, выработки необходимых социальных качеств, а также учет и регулирование воздействия социальных факторов, при воздействии которых сохраняется вероятность негативного воздействия на жизнедеятельность людей последствия которых могут негативно повлиять на жизнь и здоровье людей» [2, с. 39]. В данных определениях подчеркивается деятельностный аспект индивида в ситуации риска.

На наш взгляд, наиболее развернутое определение риска дал немецкий ученый У. Бек в своей работе «Общество риска. На пути к другому модерну». Он определяет данное понятие следующим образом – «риск может быть определен как систематическое взаимодействие общества с угрозами и опасностями, которые порождаются процессом модернизации как таковым. В отличие от прошлых эпох, современные риски суть последствия, прямо связанные с угрожающей мощью

модернизации и порождаемыми ею глобализацией неуверенности. Риски модернизации политически рефлексивны».

В данном случае акцент переносится с активной деятельности субъекта, которая может вызвать опасную ситуацию, на существование риска независимо от принятых решений индивида, на существование риска в качестве последствия модернизации и глобализации общества. Более того, риск здесь понимается как совокупность потенциальных опасностей и реальных угроз. Таким образом, данное определение нам представляется наиболее подходящим для анализа поднимаемой проблемы.

Проблема рисков тесным образом связана с ускоряющимися темпами модернизации. И. Эжиев прослеживает историю осмысления проблемы риска и указывает на то, что данная проблема была поднята еще античными учеными. Как отмечает ученый, «греческая традиция говорит о риске как о явлении, сопутствующем всякой неопределенности при принятии решений». Далее – в средневековой Европе – понятие «риск» встречается достаточно редко и преимущественно в областях, относящихся к мореплаванию и морской торговле.

XX век существенно расширил предметную область риска. Сегодня в литературе можно выделить два основных направления в трактовке риска.

Современное общество является обществом риска. Осознавая принципиальную рискогенность всякого рода общественного производства, общество все больше усилий и ресурсов направляет на создание технических и социальных систем, снижающих или локализуящих риски, порождаемые и распространяемые этим производством.

Как отмечает У. Бек, «риски порождаются индустриальными, то есть технико-экономическими решениями и соображениями полезности. Современные риски отличаются от разрушений, порожденных войной, их «нормальным» или, точнее, их «мирным» порождением (производством) в центрах рациональности и процветания, с благословения и при гарантиях закона и социального порядка».

Производство рисков в современном обществе есть «норма» процессов индустриализации (модернизации). «Риск может быть определен как систематическое взаимодействие общества с угрозами и опасностями, которые порождаются процессом модернизации как таковым. В отличие от прошлых эпох, современные риски суть последствия, прямо связанные с угрожающей мощью модернизации и порождаемыми ею глобализацией неуверенности. Риски модернизации политически рефлексивны» [1, с. 98].

XXI век – это век всеобщего риска. Общество в целом и каждый его индивид постоянно подвергнуты опасности оказаться в эпицентре террористического акта. К сожалению, никто не учит обычных граждан

распознавать в человеке потенциальную угрозу, на что обращать внимание при массовых скоплениях людей и т.д. В связи с этим люди оказываются обезоруженными против терроризма. Своевременное выявление террористов могло бы оказать значительную помощь по предотвращению террористических актов и уменьшению количества жертв.

При изучении феномена терроризма в апреле 2014 года нами был проведен эксперимент, цель которого заключалась в выявлении влияния религиозной и национальной принадлежности на восприятие индивида в качестве потенциально опасного жителями г.о. Тольятти. Объектом исследования выступили жители городского округа Тольятти. Предметом – влияние религиозной и национальной принадлежности на восприятие индивида в качестве потенциально опасного.

Выборку составили две группы. *Первую группу* составили 28 человек, среди которых 14 мужчин и 14 женщин в возрасте от 20 до 40 лет со средним профессиональным и высшим образованием. Данная группа выступала в качестве контрольной. *Вторую группу* составили респонденты с идентичными социально-демографическими характеристиками. Она выступала в качестве экспериментальной. Выборка является случайной.

Первой группе предлагали фотографии трех мужчин и трех женщин и просили ответить на вопрос «Если бы Вам сказали, что один из этих людей является террористом, то на кого бы Вы подумали? Почему?» На фотографиях были изображены мужчины – китаец, русский, египтянин. Соответственно и женщины – китайка, русская и египтянка. На фотографиях не была явно выражена религиозная принадлежность.

Второй – экспериментальной – группе были предложен тот же вопрос и те же фотографии, затем была введена независимая переменная (религиозная принадлежность) и респондентов попросили ответить на вопрос: «Если бы Вам сказали, что один из этих людей подозревается в причастности к теракту, кого бы Вы заподозрили? Почему?» и предложили фотографии, на которых были изображены мужчины и женщины с явно выраженной религиозной приверженностью (буддисты, православные, мусульмане).

В ходе обработки полученных данных были получены следующие результаты: большинство респондентов контрольной группы террористов увидели в мужчине, который по национальности является русским (ответ 19 респондентов), и женщине – египтянке (ответ 22 респондентов), аргументировав свой выбор тем, что у мужчины «*наигранное спокойствие на лице, взгляд сконцентрированный, озлобленный и динамичный, он уравновешенный, одет в спортивную одежду, и не привлекает к себе внимания*», выглядит «*напуганным и подозрительным*»; выбор женщины обосновали тем, что на ней

«закрытая темная одежда», она «напугана», «взгляд содержательный». Некоторые обосновывали свой выбор национальной принадлежностью.

Абсолютное большинство экспериментальной группы (19 и 21 человек соответственно) в качестве террориста указали на мужчину – мусульманина и женщину – мусульманку. При этом причиной указывали то, что *«чаще исполнителями терактов являются мусульмане»*, говорили о том, что выбранные ими люди *«внешне похожи на террористов»*. В связи с этим встает вопрос, откуда респонденты знают, как именно выглядит террорист? Здесь можно говорить о господстве стереотипов в отношении внешнего облика террористов.

Интересно отметить, что 13 респондентов контрольной группы не указали ни на одного человека, изображенного на фотографиях, объясняя это тем, что *«...по внешнему виду определить невозможно, если бы преступников было видно сразу...их бы уже всех поймали и засадили за решетку...на фотографиях вполне все адекватные люди,..ни на кого нельзя подумать. Массовый стереотип это глупо. Преступников не определяют ни по национальности, ни по внешнему виду. Террористом может являться абсолютно любой человек»*.

Подводя итог проведенному исследованию, можно говорить о том, что первая гипотеза, утверждающая, что явно выраженная религиозная принадлежность индивида (наличие национальной одежды, религиозных атрибутов) влияет на оценку индивида в качестве потенциально опасного, в данном случае в качестве террориста, подтвердилась. Респонденты контрольной группы в качестве потенциально опасных индивидов указали на русского и египтянку, заостряя свое внимание в большинстве случаев на психологических характеристиках (*«грусть в глазах, наигранное спокойствие, незаметная внешность»*), изображенного на фотографии, а не на его национальной принадлежности. Респонденты экспериментальной группы, в свою очередь, почти единодушно увидели террористов в мусульманах, объясняя свой выбор тем, что *«в такой закрытой одежде часто показывают смертниц»*, *«чаще исполнителями терактов являются мусульмане»*. То есть ярко выраженная религиозная принадлежность явилась основным фактором для того, чтобы человека заподозрили в терроризме.

Вторая гипотеза, утверждающая, что для респондента с более высоким уровнем образования не является решающим национальная или религиозная принадлежность при оценке индивида в качестве потенциально опасного, не подтвердилась. После введения независимой переменной (религиозной принадлежности) ни один из респондентов не стал отрицать, что явно выраженная религиозная принадлежность изображенных на фотографиях людей является немаловажным фактором для определения человека как террориста.

Тем не менее, до введения независимой переменной каждый четвертый респондент со средне – профессиональным образованием и каждый 7 с высшим образованием говорили о том, что *«...не выбрали никого...нормальные все люди, вполне адекватные...как среди мужчин, так и среди женщин...нельзя судить по внешности...массовый стереотип на мне не сработал»*. Анализируя полученные данные, можно сделать вывод о том, что уровень образования не является определяющим при оценке индивида в качестве потенциально опасного.

Исходя из всего выше сказанного, можно сделать вывод, что влияние религиозной и национальной принадлежности на восприятие индивида в качестве потенциально опасного жителями г.о. Тольятти, довольно сильно. Мусульмане не вызывают доверие у простых граждан, скорее наоборот, жители г.о. Тольятти видят в них потенциальных преступников. Хотя многие отдают себе отчет в том, что национальность и религиозная принадлежность не говорит о том, что человек террорист. Здесь очень сильны стереотипы, которые нам навязывают СМИ.

Анализируя данные, полученные в результате экспертного опроса и эксперимента, можно сказать, что видимость террористов глазами экспертов и жителей г.о. Тольятти разнится. Для экспертов национальная и религиозная принадлежность не является основополагающим фактором для отнесения человека к потенциально опасным, в нашем случае к террористам. Существует целый набор характерных признаков, по которым можно заподозрить в человеке террориста: это в основном психологические признаки, а также внешний облик. Для респондентов, участвующих в эксперименте, религиозная принадлежность явилась определяющим фактором для того, чтобы заподозрить в человеке террориста. Хотя отчасти респонденты правы, мусульмане – это те люди, которые чаще всего бывают причастны к террористическим актам. Данное утверждение получило подтверждение в разговоре с экспертами.

Итак, террористов в глазах жителей г.о. Тольятти связывают с мусульманским вероисповеданием. На наш взгляд, этому во многом способствуют СМИ, так как именно в них освещаются все события, происходящие в стране и мире, и именно по тому, как освещается терроризм в СМИ, и складывается видение террористов в массовом сознании. В настоящее время господствует стереотип, что террорист – это обязательно мусульманин или лицо кавказской национальности в темной просторной одежде. Такое видение зачастую неверно. В данной ситуации необходима пропаганда в СМИ истинных представлений о террористах, как о людях разных национальностей; пропаганда действий для своевременного распознавания в человеке террориста и оповещения об этом соответствующих структур. Именно СМИ, а точнее средства массовой коммуникации (СМК), должны сыграть большую роль

в разрушении массового стереотипа о террористах, и сделать так, чтобы населению предоставлялась правдивая и точная информация.

Список литературы

1. Бек, У. Общество риска. На пути к другому модерну. – М. : Прогресс – Традиция, 2000. – С. 98 - 110.
2. Малова, М.Е. Философский и социологический анализ понятия «социальный риск» // Вестник СевКавГТУ. Серия «Гуманитарные науки». 2001. – Вып. 6. – С. 39 - 40.
3. Картунов, С.В. Становление политики безопасности: формирование политики национальной безопасности России в контексте глобализации. – М. : Наука, 2003. – С. 37-38.

УДК 339.138

О.В. Цветкова (Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫЕ ОТНОШЕНИЯ НА СЕВЕРНОМ КАВКАЗЕ В РАМКАХ СТАНОВЛЕНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Внутри государства можно определить региональный и локальный уровни политических сообществ, обладающих своими интересами и автономией. Северный Кавказ имеет чрезвычайно сложную и неоднородную внутреннюю политико-территориальную структуру, на территории проживает многоэтнический состав населения, где традиционно происходит контакт различных культур и ярко выражена территориальная идентичность.

На межнациональные отношения Северного Кавказа оказывает влияние национальное и историческое самосознание проживающих народностей, а национальное самосознание выступает основным консолидирующим фактором при становлении гражданского общества.

Особую актуальность в настоящее время приобретает поиск возможностей адекватного реагирования на все вызовы со стороны общества, для чего необходимо формирование стабильного механизма взаимодействия общества и государства, поэтому необходимо наладить строительство гражданского общества во всех субъектах РФ.

Первоначально выделим ряд наиболее общих идей и принципов, лежащих в основе гражданского общества, независимо от специфики того или иного региона. Прежде всего, это экономическая свобода, многообразие форм собственности и рыночные отношения.

К основным принципам развития гражданского общества относятся: безусловное признание и защита естественных прав человека и гражданина, легитимность демократической власти; равенство всех перед законом и правосудием, надежная юридическая защищенность личности; правовое государство, основанное на

принципе разделения и взаимодействия властей; политический и идеологический плюрализм, наличие легальной оппозиции; свобода мнений, слова и печати, независимость средств массовой информации; невмешательство государства в частную жизнь граждан, их взаимные обязанности и ответственность; эффективная социальная политика, обеспечивающая достойный уровень жизни людей.

Для того чтобы гражданское общество развивалось успешно на Северном Кавказе необходимо провести ряд изменений.

Во-первых, необходимо восстановить в сознании граждан традиционные российские ценности – патриотизм, справедливость, активную гражданскую позицию, т. к. гражданское общество опирается, прежде всего, на инициативу самих граждан.

Во-вторых, необходимо поднять уровень политической культуры граждан.

В-третьих, создать условия для становления и укрепления разнообразных общественных организаций, которые будут вовлечены в созидательные процессы модернизации российского общества, т. к. это залог доверия между гражданином и государством.

В-четвертых, необходимо наладить механизм эффективности взаимодействия региональных институтов гражданского общества с органами государственной власти. Вопрос заключается в том, как сделать взаимодействие реальным. Ведь стратегической задачей социального партнерства органов государственной власти и региональных институтов гражданского общества является повышение эффективности государственной политики за счет создания инструментария общественного контроля за деятельностью публичной администрации, повышения экспертного потенциала и прозрачности принимаемых решений, устранения социальной напряженности при их реализации.

Известный отечественный этнолог В.А. Тишков считает, что давнее наличие на Северном Кавказе этнотерриториальных автономий в форме республик-субъектов Российской Федерации во многом определяет не только административно-государственное устройство и систему управления регионом, но и влияет на политику и на науку, а также на культуру и морально-ценностные установки населения [1, с. 4].

На наш взгляд, в данном регионе необходимо учесть главное при формировании механизма гражданского общества – это острые межнациональные отношения и развитая территориальная идентичность.

С одной стороны, само существование республик как формы внутреннего самоопределения местных этнических сообществ обеспечивает условия для этнокультурного развития и для сохранения идентичности проживающих в регионе народов, так же как Ставрополье обеспечивает сохранение и воспроизводство русской культуры и

самосознания преобладающего в Ставропольском крае русского населения, а также сохранение местной казачьей социокультурной традиции.

С другой стороны, восприятие республик как «национальных» ведет к ужесточению межгрупповых границ в рамках российского народа, к этнокультурной замкнутости и к попыткам выстраивания иерархии народов, что отрицательно действует на формирование основ гражданского общества.

Необходимо учесть, что в межнациональных отношениях развивается также проблема вытеснения русских и русскоязычных их республик Северного Кавказа. Проблемы, связанные с безработицей, кризисными явлениями в сфере экономики и деятельностью экстремистских групп и организаций заставляет русскоязычное население покидать территорию Северокавказских республик. В регионе продолжается расхождение двух культур – русской православной и мусульманской, что приводит к корректировкам общественной и духовно-нравственной жизни региона.

Этноклановая система власти в национальных республиках порождает недоверие населения и ведет к этническому обособлению. Малочисленные народы создали с согласия официальной власти свои органы управления, национальные муниципальные образования, что привело к дроблению населения Северного Кавказа по национально-территориальному признаку, культивируя очаги этнической напряженности.

В заключении, отметим, активное и сильное гражданское общество способствует модернизации государства, развитию российской модели демократии, обеспечению прав человека и гражданина.

В процессе формирования гражданского общества в России намечается тенденция решать противоречивые социальные явления в рамках переговорного процесса и согласования, создав механизм социального партнерства, регулирующий трудовые и иные социальные отношения. Этот процесс длителен. Главное условие успеха построения системы партнерства состоит в содержании и сроках проведения экономических, политических преобразований, в успешном функционировании других сфер гражданского общества.

На первоначальном этапе необходимо развивать залог доверия между гражданином и государством, а прежде всего между региональными властями и населением данного субъекта. Для этого необходимо создать условия для становления и укрепления разнообразных общественных организаций, которые будут вовлечены в созидательные процессы строительства гражданского общества.

Таким образом, на формирование гражданского общества на Северном Кавказе окажут влияние следующие факторы: совершенствование законодательства на федеральном и региональном

уровне, поддержка федеральных властей региональных общественных организаций, развитие независимых региональных СМИ.

Для становления гражданского общества в регионе необходимо: снизить фактор этнической мобилизации в общественно-политическом процессе за счет развития гражданских институтов, поддержки национально-культурного развития и самоорганизации местных и региональных сообществ.

Список литературы

1. Состояние научной экспертизы по проблемам этнической истории, культуры, межэтнических и конфессиональных отношений в Северо-Кавказском федеральном округе. Экспертный доклад / под редакцией В.А. Тишкова. – М. : ИЭА РАН; Пятигорск : Изд-во ПГЛУ, – 2013.– 90 с.

УДК 339.138

Т. А. Федотова (Днепропетровск, Днепропетровский национальный университет им. О.Гончара)

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОДХОДОВ К ПОЛИТИКЕ ЛИКВИДАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА НАСЕЛЕНИЯ

Изучая явление и проблемы человеческого капитала, ученые сделали вывод, что не всегда одинаковые инвестиции приводят к одинаковому уровню дохода и благополучия человека в дальнейшем [2, с. 30].

Наибольший вклад в изучение этой области принадлежит экономисту Г.Беккеру, который разработал аппарат кривых предложения и спроса инвестирования в человеческий капитал. Этот аппарат является универсальной моделью распределения частных доходов. Кривые спроса инвестирования в человеческий капитал расположены неодинаково, что говорит о неравенстве природных способностей учеников, в то время как разное размещение кривых предложения говорит о различных финансовых ресурсах семей учащихся. При этом, чем больше расстояние между индивидуальными кривыми, тем неравномернее будет структура размещения человеческого капитала, распределение заработков. Особенно ярко это неравенство будет возникать в корреляции кривых спроса и предложения, если учащиеся из более обеспеченных семей также обладают и большими природными способностями [2, с. 31].

Модель Г.Беккера объясняет и показывает не только неравенство от труда, но и от имущества (каких-либо активов, полученных по наследству или в подарок). Однако отдача от инвестирования в человеческий естественный капитал в большинстве случаев выше чем от инвестирования в капитал физический. Но это не стопроцентное утверждение, поскольку в случае инвестирования в человеческий

капитал возникает такая тенденция: чем больший уровень инвестирования, тем отдача от вложения будет уменьшаться. В то время как объем и частота инвестиций в другие активы не влияет на уровень отдачи.

Таким образом, в рациональных семьях возникает следующая стратегия: сначала инвестировать в человеческий капитал ребенка, так как отдача сравнительно более высокая и только потом, когда она приравнивается к норме доходности других активов по мере спадания, начинать инвестирование в те самые другие активы, чтобы позднее передать их в наследство ребенку. Из этой стратегии следует вывод (по теории Г.Беккера), что семьи, которые оставляют наследство, совершают инвестиции в человеческий капитал своих детей в наиболее оптимальном размере, в то время как другие семьи более часто недоинвестируют в образование этих детей.

Такая идея, заложенная в теорию человеческого капитала, оказала сильное воздействие на социально-экономическую политику государства. Благодаря этой теории в США изменилось отношение социума к вложениям в непосредственно самого человека. В людях научились видеть не только инструмент, но и инвестицию, которая может обеспечить долговременный производственный эффект. А так как многие западные и восточные страны склонны к перениманию американского опыта, то это помогло на обоснованных основаниях ускорить процесс развития таких систем как образование, подготовка и переподготовка кадров во многих ведущих и не только странах мира.

Благодаря теории о человеческом капитале, которая отводит образованию роль «уравнителя», социальная политика частично переориентировалась. Например, чтобы эффективно бороться с бедностью, стали использовать программы по подготовке, переподготовке и повышению квалификации, а не только перераспределение или даже просто пересмотр планов на бюджет.

Важно также то, что оценки неравенства в экономике, которые приняты обществом, основаны больше на измерении настоящих, текущих, а не пожизненных, плановых доходов, которые явно преувеличены. Например, студенты, которые работают на маленьких окладах ради получения опыта и квалификации, в дальнейшем имеют больший шанс получить высокооплачиваемую работу и конкурировать на рынке труда.

Эта разница между уровнем дохода и человеческого капитала наиболее ярко заметна, если сравнивать эти показатели среди разных стран.

Социальное происхождение – фактор, который может существенно изменить уровень доходов потенциальных работников с одинаковым уровнем образования. Таким же фактором является разница между уровнем здоровья людей. Поскольку здоровье, в концепции

человеческого капитала, понимается как совокупное понятие, часть которого является благоприобретенной, а часть – унаследованной, то на протяжении жизни часть данного капитала изнашивается (крайняя форма проявления обесценивания данного капитала – смерть).

Но если говорить о взглядах классических экономистов и их объяснения различий доходов, то они придерживаются классических причин, предложенных изначально Беккером: уровень образования, его качество, возраст, продолжительность рабочего времени, квалификация, опытность.

Рассматривая неравенства в доходах, на различия в образовании выпадает около 25 % всех неравенств. На долю производственного опыта выпадает примерно столько же. И около 10% занимает такой фактор как количество отработанных за год недель [1, с. 17].

Однако эти факторы необязательно трактуются как независимые составляющие. Уровень образования в большей степени зависит от естественных способностей человека (генетического фонда) и условий, в которых воспитывался человек в семье. Образование в этом контексте выступает как посредник, перекладывающий на заработки действия, которые происходят по этим причинам.

В исследованиях П. Тобмена, что работает с выборками-близнецами, которые, по словам ученого, помогают более точно определить роль наследственной составляющей, продемонстрировано, что на генетический потенциал выпадает 45% различий в доходе, на социальное происхождение – 12%, при этом на уровень и качество образования – лишь 6% [1, с. 18]. И даже эти 6% не являются постоянным значением в течение всей трудовой деятельности потенциального работника.

Одновременно с этим, дифференцированный подход, который характерен для многих работ в этой области, помог выявить разнообразные закономерности и зависимости между темпом экономического роста различных групп стран и уровнем неравенства заработка. Р. Барро определил, что критичное значение есть у основного (базового) уровня ВВП на душу населения [1, с. 19]. В то время как в странах с более явным различием между заработком и человеческим капиталом, темп роста ВВП повышается. В эту группу можно отнести экономически развитые страны, часть развивающихся стран и страны с трансформационной экономикой. Данная зависимость прямо пропорциональна и закономерность прослеживается для стран с более низким уровнем ВВП на душу населения.

А значит, в странах ЕС и США это неравенство имеет более резкий характер, чем в странах СНГ. Следовательно, сотрудничество данных стран в сфере обмена человеческого капитала может несколько изменить данные показатели, но достичь более равномерного распределения первичных доходов невозможно.

Таким образом, разница в доходах объективна и не является критической проблемой для государства. Кроме того, чем развитее страна, чем эффективней ее экономика, тем вероятнее будет больше этот разрыв.

Список литературы

1. Гаузнер, Н. Инновационная экономика и человеческие ресурсы / Н. Гаузнер, Н. Иванов // Мировая экономика и международные отношения. – 1994. – №3. – С. 16-29.

2. Капелюшников, Р. И. Экономический подход Гэри Беккера к человеческому поведению / Р. И. Капелюшников // США: экономика, политика, идеология. –1993. – №11 (287). – С. 17-32.

УДК 339.138

В.А. Кузнецов (Челябинск, Челябинский государственный университет)

СВОБОДА И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО: ИДЕАЛ И РЕАЛЬНОСТЬ

«Гражданское общество» как понятие, отражающее очень сложное социальное явление трудно поддается точному определению. Известная неполнота и неоднозначность – участь всех определений сложных систем. В социологии к гражданскому обществу относят всю совокупность неполитических отношений, которые не входят в состав государства, его органов. Прежде всего, к ним причисляют экономические, семейные, этнические, межнациональные, религиозные, духовно-культурные отношения, отношения различных групп и слоев общества и т.п. Часть научного сообщества придерживается другого подхода к понятию «гражданское общество». Существенное отличие заключается в том, что они подходят к изучению «гражданского общества» с деонтологической позиции долженствования, указывая, какой должна быть эта реальность. В этом смысле «гражданское общество», как идеал, олицетворяет собой – общество свободных, суверенных личностей (идеальное общество). Эта позиция не противоречит социологическому подходу к изучению «гражданского общества, но существенно дополняет его.

В этом, социально-философском подходе к данному явлению, основными категориями являются «свобода», «ценность», «выбор», «ответственность». Понятно, что без широкой относительной свободы как сути суверенной личности гражданина нет смысла говорить о гражданском обществе. При этом свобода действий личности основывается, прежде всего, на экономической свободе граждан, на свободе ведения хозяйственной деятельности (дела), которая в свою очередь зависит от многообразия и равенства форм собственности и конкурентного рынка. На этом базируются суверенность политических прав и свобод членов общества. Далее логично утверждать, что без

подлинных политических свобод граждан происходит деформация и других институтов общества: суды уже не могут быть независимыми от государства, все большая часть СМИ попадают в зависимость к государству. В таком случае сужается пространство духовной свободы гражданского общества, хотя отдельные личности могут быть относительно свободными в духовном отношении и при авторитарных режимах. При этом сужается выбор действия личности в различных сферах деятельности (тоже сужающихся), что ведет к снижению ответственности личности перед обществом. Деформация общества ведет к деформации личности индивидов, и наоборот.

Мы уже отметили, что свобода и право находятся в диалектической противоречивой связи, они предполагают друг друга: право обеспечивает свободу личности, без свободы право превращается в произвол (в не-право, право исчезает). То есть, гражданское общество как реальность совпадает с гражданским обществом как идеалом только тогда, когда устанавливается демократическое правовое государство, основанное на верховенстве права, свободе людей, их равенстве в правах. В зрелом гражданском обществе члены общества добровольно принимают на себе определенные моральные и юридические ограничения, обязуются подчиняться общим законам. Концепции гражданского общества как идеала, способного примирять интересы частного и общего, восходят к работам мыслителей времен античности. В наше время устоялось положение, что в правовом государстве источником законов должно выступать гражданское общество, а не государство. Оно определяет собой государство, а не наоборот. При таком положении дел отдельная личность имеет приоритет над обществом как целым, но не имеет приоритета над другими индивидами.

Таким образом, свободу личности как главную ценность можно определить как условие и способ человеческого самоосуществления. П. Гольбах утверждал, что свобода - это возможность делать ради своего счастья все, что не вредит счастью других членов общества [1, 337; см. также 194-195, 350-351, 406-413]. Поэтому свобода одного всегда подразумевает его ответственность перед другим. Гражданское общество нельзя создать искусственно, оно создается там, где расширяется реальная свобода и есть адекватное восприятие свободы в умах людей, где свобода понимается наряду с жизнью как главная ценность.

Американский экономист и историк российского происхождения Александр Гершенкорн еще в начале 60-х годов XX века, исследуя деятельность диктаторских режимов, отметил, что диктаторские государства находятся в постоянной борьбе с остатками гражданского общества за то, чтобы упрочить условия стабильности своей власти. Им были перечислены те условия, которые по его мнению и

обеспечивают эту стабильность: 1) стремление создать обстановку постоянного напряжения и стресса, мотивируя это существованием реальных или вымышленных внешних и внутренних врагов. В результате население должно осуществлять задачи гигантского масштаба, что оказывает резко негативное влияние на уровень благосостояния народа... 2) Постоянное насилие со стороны государства. 3) Создание образа диктатора, в котором он предстаёт как воплощение высшей мудрости и непреклонной воли. 4) Декларация неизменной системы ценностей, оправдывающей любые действия диктатора.... 5) объявление вне закона любых иных систем ценностей и убеждений и, наряду с этим, угрозы и репрессии, осуществляемые, специально созданными для этой цели органами [2].

Чуть «мягче» положение в авторитарных режимах, в которых права человека в большей части не соблюдаются, закон устанавливается произвольно в угоду определенным властным структурам и правителю. Тем самым не соблюдается равенство всех граждан перед законом. Так подавляется личность и гражданское общество. Авторитарный режим и гражданское общество становятся антагонистами.

Эти теоретические положения на современном этапе частично подтверждаются в социальной практике в странах бывшего советского блока и тем более в странах, возникших на базе республик, входивших в СССР. В этих странах гражданское общество еще не построено, а в некоторых из них в настоящее время идет демонтаж конструкций недостроенного гражданского общества.

В этом случае можно говорить о степенях социальной свободы или несвободы, так как абсолютной свободы, как и абсолютной несвободы не бывает. Степень свободы это вполне научное понятие применяемое, в разных отраслях знания. Например, в физике говорят о степени свободы молекулы, понимая под этим количество координат для определения расположения (включая ориентацию) молекулы в пространстве. В термодинамике и химии – это параметры системы (обычно температура, давление и др.), изменение которых (в определенных пределах) не нарушает термодинамического равновесия системы. Степени свободы любых систем как возможности существовать в определенных интервалах могут описываться теорией вероятности. Французский социолог Ж. Гурвич различал в своей диалектической социологии такие этапы (степени) человеческой свободы: свобода произвольная, сообразная субъективным предпочтениям, свобода новаторских достижений, свобода - изобретение, свобода - решение, свобода - созидание. Созидание, по его мнению, - высшая степень человеческой свободы [см. 3]. Степень свободы как термин общей теории систем можно применить и к характеристике эволюции гражданского общества.

Исходя из этого методологического подхода, можно говорить о степени свободы общества и человека, зависящей от свободы социального выбора. Одним из важнейших элементов социального выбора является степень свободы выборов органов власти. Эта характеристика показывает нам вектор развития гражданского общества (прогресс-регресс). Но свобода социального выбора не всегда предполагает зрелость ответственности членов общества за осуществление или не осуществление выбора. Степень ответственности личности связано с оппозицией неравнодушие/равнодушие. Равнодушие людей фактически является антиподом гражданственности, оно приводит к скатыванию общества в состояние недемократических, авторитарных режимов.

Государство в лице правителей, чиновников разного уровня имеют «благую цель» в своих «мозгах»: они субъективно всегда стремятся «упорядочить» деятельность гражданского общества, ввести ее в рамки каких-либо законов (иногда неправовых), и при этом искренне удивляясь неприятию общества их нововведениям.

Экономической основой подавления свобод гражданского общества является сращение государства (политической власти) с экономикой. Суть этого процесса – подчинение государству, то есть правителю, властной элите всех финансовых потоков. Тем самым обеспечивается их мощь и приоритет их интересов над интересами общества и граждан.

На этой основе через ограничение (уменьшение степеней свободы) политических прав граждан происходит уменьшение «пространства» деятельности институтов и организаций гражданского общества. Например, путем внесения в законопроект расширительного толкования политической деятельности, ограничивают или даже закрывают некоторые «нежелательные» для властей (по утверждению же чиновников – нежелательные для общества) организации гражданского общества. При этом, опираясь на некоторые формальные «придирки», закрывают даже благотворительные организации (творение Блага). Власти пытаются ограничить демократию и свободу мнений в социальных сетях.

История показывает, что для авторитарных лидеров (тем более деспотов) главное – это его собственные фантастические прихоти, произвол, которые он выдает за национальные интересы государства. Закон для него ничего не значит. Один из публицистов назвал правящую элиту классом новых безумцев, которую охватили «паневразийские сумеречные мечтания» о вечно расширяющейся «сакральной национально-конфессиональной империи». Понятно, что в империях нет места правовому закону, что тирану, императору, деспоту (от Рима до «гитлеровского рейха») нужна просто власть. И сейчас властная элита авторитарных режимов считает, что никто не должен контролировать

высшую волю правителя [4]. Поэтому содержится большой идеологический аппарат для апологетики действий власти, для оправдания произвола. В мозгах некоторой части элиты и им подконтрольных СМИ происходит крен в черносотенный кретинизм. На идеологическое вооружение даже берутся взгляды, которые были распространены в среде славянофилов еще в XIX в., например, о том, что русскому народу нужна наука, но только не западная [14, 216]. В «дискуссиях» жонглируют туманными терминами «народного духа», «народных основ и начал». В чем состоит этот народный дух? – не объясняют. Повсюду власть, пропаганда таких режимов пытается выставить либерализм идеологией людей безнравственных, что якобы их пропаганда свободы подрывает национальные интересы государства, ведет к волнениям, смуте. Дурачат и пугают людей либералами и вменяют им такое понимание свободы, которого у либералов никогда не было.

Оппозиция власти, и более всего либеральная часть оппозиции, считает, что свобода не означает вседозволенности и что необходимо сопротивляться произволу деспотической власти и нарушениям закона. Эти люди не хотят, чтобы ими помыкали и открыто заявляют об этом. Люди должны свободно определять свою судьбу. Деспот хочет держать общество в рабстве, а либерал просто с этим не соглашается и борется. [4]. Именно такой борьбой была пронизана жизнь недавно ушедшего из жизни правозащитника А.С. Есенина-Вольпина, сформулировавшего главное требование общества к власти: соблюдать собственные законы. «Уважайте собственную Конституцию!» С таким лозунгом он и еще 200 человек вышли на антисоветскую демонстрацию в Москве у памятника Пушкину 5 декабря 1965 г. (в день праздника Конституции СССР).

Дело в том, что идею свободы, справедливости нельзя уничтожить. Но от свободы (равно гражданского общества) люди при некоторых обстоятельствах отказываются и делают это якобы во имя безопасности и порядка. Этот процесс отметил в сатирическом стихотворении «Китайский богдыхан» немецкий поэт Генрих Гейне: Мятежный дух исчез совсем. \ \ Кричат маньчжуры дружно: \ \ «Нам конституцию зачем? \ \ Нам палку, палку нужно!» [5, 318]. Научный анализ такого поведения людей дал крупнейший философ и психолог XX в. Эрих Фромм в своем произведении «Бегство от свободы». В предисловии к 25-му изданию этой книги автор пишет: «... в «Бегстве от свободы» – современный человек все еще охвачен беспокойством и подвержен соблазну отдать свою свободу всевозможным диктаторам – или потерять ее, превратившись в маленький винтик машины: не в свободного человека, а в хорошо накормленный и хорошо одетый автомат» [6, 9-12]. Выдающиеся мыслители сообщают нам о том, что весь опыт человечества говорит, что свобода и порядок не являются альтернативами, и если люди меняют свободу на порядок, на

безопасность, которые им в обмен на их свободу пытаются «всучить» власти, то люди теряют и свободу и безопасность. Без свободы не бывает порядка, и без свободы нет гражданского общества.

Мировой опыт показывает, что гражданское общество формируется активной деятельностью среднего класса, как движущей экономической и политической силы, социальной основы гражданского общества, Сегодня приходится констатировать, что средний класс в некоторых обществах, в том числе и в России, теряет экономическое и политическое влияние. Следовательно, исчезают и четкие контуры гражданского общества. Кроме того, ситуация усугубляется еще и тем, что верх в среднем классе берет его самая консервативная часть в лице чиновничества, а ему гражданское общество, его же контролирующее, не нужно. Общество чиновники воспринимают чаще как объект управления, либо как источник ресурсов для власти.

Необходимо отметить еще одно условие незрелого состояния гражданского общества – это недостаток исторического образования, слабая историческая память. А потому, как отметил директор Левада-центра Л.Гудков: люди готовы верить в то, что предлагают им основные телевизионные каналы и которые предлагают им то, что «соответствует их картине реальности». Все мотивы, приписываемые Западу и так называемым внутренним врагам (равно как и власти) понятны людям, потому что это их «собственные структуры сознания» [7]. Можно добавить, что это еще и собственные их страхи. В течение последнего времени люди незаметно для себя оказались в условиях общества потребления материальных благ. В результате, как считает экономист А. Азуан, человек быстро «наелся» и после этого его «озарила» мысль: у нас ведь «что-то еще было», а что было? А по их мнению «мы были великой державой – И они спрашивают: «где это»? [13].

Недостаточная историческая образованность, короткая историческая память ведет к идеализации и мифологизации прошлого. Миф как реальность, не фантазия, способствует людям «неболезненно» сопоставлять свою страну с развитыми странами Запада и считать, что мы «великая держава». У людей формируется настроение-желание: «Верните нам статус Великой Державы». Чувство причастности к великой державе компенсирует людям все их убожество повседневной жизни, их согласие на бедность, на подчинение, на насилие. Воспитывается психологическая готовность терпеть лишения ради сохранения Великой державы [7, 9]. В 60-е годы и после такое умонастроение выражалось в народной формуле: «потерпим еще» – «лишь бы не было войны», впервые широко озвученное в фильме М. Хуциева «Июльский дождь».

Кроме того, мифологизация прошлого вытекает из страха перед неизвестностью нового, будущего. Поэтому основная масса населения не поддерживает радикальные реформы, так как страшится того, что

реформа принесет ухудшение жизни. К этому примешивается страх ожидания новых репрессий. Эти перемены в настроениях людей произошли, как утверждают социологи, уже после мечты перестроечного времени о новом свободном обществе, которое станет лучше, добрее [11]. К этим переменам в настроениях общества причастно и государство с его внутренней недемократической политикой. Социологическое понимание государственного насилия заключается в том, что «власть отказывает людям в признании их самодостаточности, их достоинства..., естественности его прав, интересов, желаний, возможностей, навязывая свое понимание того, чем является он сам и окружающий мир, что выражается в (фактическом, не юридическом – К.В.) устранении многопартийности и некоторых структур гражданского общества, в их подавлении» [7, 8, 10, 11]. Так обращаются уже не с гражданами, а с неразумными поданными. С гражданином ведут себя уважительно, что выражается в том, что с ним считаются, его слушают, ему объясняют и, по необходимости, доказывают.

Сейчас большую часть нашего общества, как интерпретируют ученые данные социологических исследований, составляет совсем другой человек: «Ущемленный, злобный, принявший насилие как единственный код и норму социального поведения, признающий государство как стационарного бандита..., устанавливающего свое право на насилие». Социологи обнаружили, в частности покойный Ю. Левада, что первые признаки усиления консервативной реакции в общественном сознании стали уже заметны, начиная с 1999 года. Суть этого процесса заключается в следующем: так как «они» (население) потерпели поражение в 90-е годы в соревновании при захвате места «у кормушки», то «они» посчитали это несправедливым и теперь «им» не надо уже свободного соревнования; теперь «им» надо, чтобы кто-то сильный («государство», «царь») отобрал все у «победивших» и отдал бы им, «праведным», тому, кто не смог первым урвать кусок от «пирога», и остальные для него «все воры», отсюда лозунг: «Сталина» на вас нет!». Таким образом, можно констатировать: прошлое не хочет уходить в прошлое, оно рядом с нами в настоящем. Исследователи фиксируют рост чувства несправедливости социального порядка и разрушающего человека чувства социальной зависти [7, 8, 10].

Социологическая и политологическая наука отмечают, что самая большая проблема, которую они выявили - это процессы саморазрушения общества и человека, это инерция приспособления к репрессивному государству. Большинство общества (которую на публицистическом жаргоне называют «диванной партией») считает, что они не могут ни на что повлиять. Тем самым разрушается ткань общества, ткань общественной солидарности, возрастает неверие в свои силы, в будущее. Большая часть нашего общества живет

переживаниями чувств, связанными с советским прошлым страны, но при этом боятся бедности. [8, 9, 11].

Итак, расширение гражданского общества зависит от степени свободы общества, которую можно определить, как возможность выбора индивидом путей и способов самореализации быть человеком наравне с другими. Увеличение пространства свободы зависит от самих членов общества и произойдет это лишь тогда, когда люди в процессе более активной деятельности совершат переход от состояния поданных государства в гражданина своей страны, влияющего на содержание работы институтов власти и контролирующего действия властей. Когда переселят страх брать на себя ответственность за свою самореализацию, не нарушая границ свободы другого.

УДК 339.138

Ю.В. Ушкова (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

КЛУБЫ МОЛОДЫХ СЕМЕЙ В КОНТЕКСТЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Ключевая роль в жизни общества отводится семье, поэтому и в гражданском обществе решение семейных проблем занимает центральное место. Семья служит основной ячейкой воспроизводства социальных отношений и социума в целом. Именно в семье индивид учится социальной активности и приобщается к жизни в гражданском обществе; семья выступает основным носителем и хранителем национальных традиций, образцов поведения. Она же - главный агент их передачи, трансляции социального и гражданского опыта.

Для выявления форм передачи знаний и навыков семейной жизни среди молодого поколения нами было проведено региональное социологическое исследование методом анкетного опроса; объем выборки – 840 жителей Ульяновской области. В анализе результатов исследования мы выделили мнения молодежи по следующим проблемам: а) ценность семьи и семейных отношений; б) фамилистическая компетентность молодого поколения; в) предпочтения в выборе источников информации и форм коммуникации.

Большая часть опрошенных (75%) считает крепкую семью главной жизненной ценностью. В ответах на конкретные вопросы выявлены существенные отличия позиций девушек и юношей. Для создания семьи для девушек важны ум, порядочность и предприимчивость представителей противоположного пола; юноши выбирают спутницу, прежде всего, по внешним данным (на это указали 76% опрошенных). За красоту они готовы простить отсутствие у девушки богатства, предприимчивости и даже большого ума.

Факторами риска для семейных отношений необходимо признать следующие ориентации: 43% респондентов считают сожительство приемлемой формой семьи; каждого четвертого семейного респондента (26%) посещают мысли о разводе, чаще среди материально обеспеченных молодых людей.

Родительский пример – один из значимых факторов успешного построения и сохранения собственной семьи. Однако каждый четвертый молодой респондент вырос в неполной семье; половина молодых людей считает брак родителей не совсем удачным и не хотела бы строить свою семью по образцу родительской. Данные результаты говорят о тревожном явлении: разрыв преемственности в семейных отношениях и традициях между поколениями.

Исследование показало, что молодое поколение слабо знакомо с успешными моделями построения семейных отношений. Среди незамужних и неженатых респондентов четкий план относительно создания семьи и развития семейных отношений есть только у каждого десятого респондента (как правило, у девушек гуманитарного и педагогического профилей). Еще 11% лишь в общих чертах представляют себе, что бы они хотели получить от брака; 59% вообще не думали о планировании семьи (чаще юноши технических и экономических специальностей). Пятая часть молодежи отметила, что создание семьи вызывает у них страх и негативные эмоции. Это связано с отсутствием конкретных знаний, как решить проблемы с жильем, распределением семейных обязанностей, строительством карьеры и планированием бюджета (владеют такими сведениями лишь 17% опрошенных).

40% респондентов сообщили о наличии потребности в консультировании: медицинском, психологическом, юридическом, экономическом. Наиболее предпочтительные источники получения информации – социальные сети, информационные порталы (81%); телевидение (64%); специальные печатные издания (40%), интересные мероприятия (34%).

В этих условиях исключительную роль приобретают молодежные инициативы в рамках гражданского общества, нацеленные на формирование семейных ценностей и поддержание традиций российской семьи. Одной из молодежных инициатив, посвященных семье, является создание в учебных заведениях и на предприятиях клубов молодых семей и молодежи, планирующей создание семьи.

Клубы молодых семей получили широкое распространение в России и в Ульяновской области, в частности. Практически в каждом учебном заведении, на каждом крупном предприятии и в каждом муниципальном образовании создано объединение молодых семей. Работа клубов молодых семей направлена на информирование молодых пар по вопросам сохранения репродуктивного здоровья,

значимости семейных традиций, формирование положительного образа благополучной семьи и духовно-нравственного ориентира на вступление в брак. На базе тренинг-центра «Содействие» Ульяновского государственного технического университета в 2007 г. был открыт студенческий клуб «Молодая семья» для обеспечения информационной, социально-психологической и юридической поддержки студенческих семей и пар с устойчивыми взаимоотношениями.

Клуб использовал разные формы работы со своей аудиторией: беседы с приглашением специалистов, ток-шоу, тренинги, встречи с интересными людьми, просмотр фильмов с последующим обсуждением, открытые мероприятия, фото-выставки. На базе клуба реализуется проект «Жизнь замечательных семей», в рамках которого проходят встречи представителей успешных семей университета и региона со студентами.

Но несмотря на существование и активную деятельность клубов молодых семей в гражданском обществе, ситуация с низкой готовностью молодежи к семейной жизни сохраняется: содержание работы клубов актуально для широких кругов молодежи, а реальный круг посетителей клубных мероприятий ограничен. Для решения этой проблемы мы предлагаем новую ключевую идею для клубов молодых семей в гражданском обществе: «семья – это команда, которой нужно реализовать несколько важных жизненных проектов: приобретение жилья, образование, построение карьеры, рождение и воспитание детей, сохранение здоровья». В рамках такого подхода клубы молодых семей должны решать следующие проблемы: научить молодых людей создавать дееспособные союзы в условиях рыночной экономики; повысить среди молодежи ценность официально оформленной семьи; заложить основы материального, репродуктивного, социально-статусного планирования; продвигать принципы доверия, уважения, равноправия, взаимопомощи.

На основе результатов исследования мы сегментировали целевую аудиторию клубов молодых семей. На пересечении ценности семьи, наличия идеала семейной жизни, открытости к новым знаниям в построении семьи мы выделили три типа молодежи: «заинтересованные консерваторы» (12%), «открытые либералы» (48%), «закрытые эгоцентристы» (40%). Для эффективной работы клубам молодой семьи необходимо адресно работать с каждым из выделенных сегментов.

Таким образом, во многих регионах России одной из проблем гражданского общества является кризис семьи и семейных отношений среди молодого поколения. На втором месте – слабая репродуктивная функция семьи, привлекательность «новых» форм семьи («гражданский брак» или сожительство), внебрачное рождение детей; рост значения личностных мотивов супругов по сравнению с социальными нормами и общественным мнением. В преодолении сложившейся ситуации наряду

с государственной политикой важную роль должны играть молодежные инициативы. Клубы молодых семей – эффективная форма гражданских объединений молодежи вокруг актуальной для нее проблемы – грамотного применения технологий создания и укрепления семьи. Для эффективной работы клубов необходимо пересмотреть их ключевую идею – перейти от идеи спасения и преодоления кризиса семьи к идее формирования семейных проектов, а для их реализации – партнерских отношений в команде.

УДК 339.138

А.В. Ростова (Тольятти, Тольяттинский государственный университет)

ИННОВАЦИОННАЯ ОТКРЫТОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ САМАРСКОГО РЕГИОНА: К ПОСТАНОВКЕ ВОПРОСА

Интерес к проблеме инновационного развития сегодня достаточно высок. Исследования в этом направлении приводят к мысли о том, что важной составляющей данного процесса выступает проблема инновационной открытости, готовности к нововведениям со стороны населения.

Разработок в данном направлении представлено достаточно много. Однако их подавляющее большинство сконцентрировано вокруг инновационной восприимчивости организаций и предприятий. При этом упускается из виду одна из наиболее многочисленных групп потребителей инноваций - население.

Будущее Самарского региона сопряжено с реализацией целого ряда инновационных проектов, среди которых создание технопарка «Жигулевская долина» в г.о. Тольятти, технополиса «Гагарин-Центр» в г.о. Самара, развитием инновационного территориального аэрокосмического кластера.

Однако помимо имеющегося задела в виде высокой концентрации обрабатывающего и высокотехнологичного производства, мощного научно-инновационного потенциала, необходима открытость, готовность, понимание и адекватная оценка инноваций со стороны жителей региона.

Потребность социологического анализа инновационной открытости жителей региона обусловлена необходимостью поиска субъективных механизмов ее сдерживания и побуждения, выявленных на основе оценки уровня готовности населения к нововведениям. Это позволит сформулировать комплекс рекомендаций по стимулированию инновационной сензитивности.

На инновационное развитие Самарского региона оказывают влияние различные внешние и внутренние факторы. Однако, нередко такие внешние факторы, как богатый инновационный потенциал,

поддержка со стороны государства, вступают в противоречие с внутренними – низким уровнем инновационной открытости населения. Изучение готовности населения к инновациям, понимания/непонимания их необходимости, оценка новшеств со стороны жителей региона, а также открытость/закрытость нововведениям позволит скорректировать мероприятия, направленные на интенсивное развитие региона с богатым инновационным потенциалом с учетом потребностей населения. Актуальность проблемы состоит в необходимости расширения перспективы социологического анализа проблемы инновационной открытости, предназначенной для совершенствования практики социального инновационного управления.

Тема инноваций и инновационного развития уже давно стала предметом пристального внимания ученых. Еще не употребляя понятия «инноваций», Г.Тард исследовал значение изобретений в общественном прогрессе, источники их возникновения, а также отношение общества к изобретениям и новшествам, анализировал проблемы освоения нововведений индивидом в процессе социализации. Ученый обратил внимание на то, что освоение инноваций, восприятие нового часто происходит не путем приспособления, а в борьбе между традицией и инновацией [1, с.122-161].

Как известно, само понятие «инновация» ввел в экономическую науку Й. Шумпетер [3]. Ученый рассматривал нововведения в качестве средства преодоления экономических кризисов. В своих работах автор подчеркивал важную роль предпринимателя в инициировании инновационных процессов.

В плане расширения перспективы осмысления инноваций в социологическом контексте важными представляются идеи М. Вебера [4]. Категория харизматической инновации позволяет показать, как происходит процесс культурного изменения.

В. Томас и Ф. Знанецкий выделили три типа личности в зависимости от его деятельностной ориентации: мещанский, божественный, творческий. По мнению ученых, развитие общественной жизни и культуры осуществляется благодаря творческим личностям, способным к инновациям и изобретениям [2, с. 173-189].

Р. Мертон в своих трудах описал пять типов приспособления индивида в обществе, среди которых есть и инновация, предполагающая использование институционально запрещаемых, но часто бывающих эффективными средств для достижения цели [5].

П. Друкер рассматривал инновацию с двух ракурсов. С одной стороны, как определенный вид человеческой практики; с другой, - как базовый принцип «предпринимательского общества». Ученый сформулировал основные принципы инноваций, а также указал на их основные источники [2, р.35-111].

Диффузная модель Ф.Басса [1, р.1-22] позволяет сделать оценку степени проникновения новшеств благодаря двум типам поведения - инноваторы и имитаторы.

Э.Роджерс в своих работах выдел ил основных субъектов - потребителей инноваций - и показал, что при достаточном количестве так называемых «ранних потребителей» (инноваторов) процесс распространения инноваций приобретает необратимый характер [3]. Э.Хаген описал характеристики инновационной и традиционной личности [1, с.55-65].

Следует сказать, что сегодня исследования, посвященные проблеме инноваций, осуществляются преимущественно в экономическом ключе. Акцент здесь делается на финансовых показателях и повышении уровня конкурентоспособности. Ощущается недостаток социологического анализа данной проблемы с позиции человеческого подхода. Ведь инновации – это не только перманентное внедрение новшеств, но и, как справедливо отмечает А.А. Мешков, «комплексный социокультурный процесс и социально-психологический феномен» [4, с.117-128].

Среди исследований последних лет особое внимание заслуживают следующие. Работы Н.И. Лапина дают всесторонний обзор научных основ и прикладных аспектов инноватики. Наиболее ценным в свете заявленной темы представляется подробное описание роли и функционала основных акторов инновационной деятельности. Как справедливо отмечает автор, рыночный этап, т. е. предложение инноваций потребителям, изучен меньше остальных этапов инновационной деятельности. Решающую роль здесь, по мнению автора, играет расширение потребности в инновационном продукте [4, с. 55-65].

В работах Ю.А. Карповой раскрывается такое понятие как "интеллектуальный ресурс" и описываются механизмы управления интеллектуальным ресурсом субъектов инновационной деятельности в условиях перманентных социальных изменений. Личностный аспект инноваций в работах Ю.А. Карповой пол учил весьма тщательную проработку [5].

Исследователи обращают внимание на ряд фундаментальных проблем при осуществлении инновационной деятельности. Среди них – необходимость формирования соответствующей психологической и культурной среды; отсутствие спроса на инновации не только со стороны фирм, но и со стороны конкретных потребителей.

С.А. Ильиных и Е.В. Михайлова на основе социологического исследования малого бизнеса рассматривают инновационную восприимчивость персонал а и достаточно справедливо отмечают, что основной проблемой управления внедрением инноваций является преодоление сопротивления [5, с. 86-90].

Проанализировав имеющиеся работы в исследуемой области, еще раз подчеркнем недостаток социологических исследований проблемы инноваций с позиции человеческого подхода. Социологический анализ инновационной открытости позволит понять те глубинные процессы, которые затрагивают человека при внедрении новшеств.

Список литературы

1. Bass, F. M. The Evolution of General Theory of the Diffusion of Technological Innovations. Polykarp Kusch Series. The University of Texas at Dallas, 1994.
2. Drucker, P. F. Innovation and entrepreneurship / P. F. Drucker. – New York.: Harper & Row, Publishers, 1985. – 278 p.
3. Rogers, E.M. Diffusion of innovations. – Simon and Schuster, 2010. — 518 p.
4. Ильиных, С.А. Инновации в организациях: внедрение и сопротивление // Социологические исследования. – 2015. – №6. – С. 86-90.
5. Карпова, Ю.А. Введение в социологию инноватики / Ю.А.Карпова. – СПб. : Питер, 2004. – 192 с.

УДК 339.138

Д.Г. Мирзаханов (Махачкала, Дагестанский государственный технический университет), Д.П. Соснин (Ульяновск, директор ОГКУ «Аналитика»)

МУСУЛЬМАНСКАЯ САМООРГАНИЗАЦИЯ В УЛЬЯНОВСКОМ РЕГИОНЕ КАК ЛОКАЛЬНЫЙ РАКУРС ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА: СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАЦИОННЫЙ АСПЕКТ

Цель данной статьи – выявление природы исламской самоорганизации на локальном примере Ульяновской области. Мусульманская самоорганизация рассматривается в данном случае как ресурс развития регионального гражданского общества. Данная статья написана в рамках исследовательского проекта «Модели исламской самоорганизации в современной России», выполненного при поддержке гранта Института Общественного Проектирования (ИОП). Анализ опирается на материалы и источники, полученные из «первых рук» летом-осенью 2013 г.: фокус-группы с разными возрастными категориями мусульман; глубинные интервью с исламскими теоретиками и активистами. Цитаты из интервью и фокус-групп даны курсивом. В постсоветские десятилетия процесс развития ислама на территории Ульяновского региона характеризовался резким количественным ростом религиозных институтов и инфраструктуры. Так, в 1992 году, в самом начале местного мусульманского ренессанса было всего 6 мечетей. В 2015 года в регионе действовало уже 126 исламских религиозных

организаций [1]. Сюда входят 2 централизованных духовных управления и 1 медресе. Практически все местные организации имеют либо строят мечети. Стремительное увеличение официальных исламских институтов в 1990 – 2000-е гг. в Ульяновском регионе произошло не случайно. В советский период на принципах самоорганизации и без какой-либо поддержки со стороны государства передача и воспроизводство мусульманских социально-религиозных практик.

Сохранению исламских традиций в Ульяновской области в советское время способствовало развитие татарское национальное самосознание, неотъемлемой частью которого была религиозная составляющая [2].

Проведённое исследование позволяет выявить два типа локальной мусульманской самоорганизации. Их условно можно классифицировать как «статичный» и «динамичный». В основе такого разделения был положен критерий внутреннего содержания деятельности мусульманских общин.

Результаты анализа показали, что «статичный» (в терминах социальной пассивности) тип самоорганизации мусульман является наиболее распространённым в регионе. Он характеризуется следующими признаками:

1) приоритетное внимание на исполнение бытовых религиозных ритуалов при минимальном внимании к организации социально-значимых мероприятий (культурно-просветительских, спортивных, благотворительных);

2) незначительная доля молодёжи при подавляющем преобладании в составе контингента данных общин людей пожилого возраста;

3) имамы таких общин в большинстве своем не имеют высшего богословского образования;

4) информационная политика внутри подобных сообществ осуществляется пассивно, либо не проводится вовсе.

Данный вывод подтверждается следующими мнениями респондентов.

«Большинство имамов все-таки самоучки. Водители, фермеры, колхозники, трактористы и т.д., сегодня они немного научились, стали имамами. Из-за этого образование очень слабое. С населением, кроме как бытовых религиозных обрядов, ничего больше не проводится». (Цитата из экспертного интервью).

«Мы не занимаемся почему-то общественной деятельностью. Благотворительность у нас всегда только в меру того, что мы раздаём милостыню. Волонтерской деятельностью не занимаемся. А мне, наоборот, хочется, чтобы мы проявляли себя везде, во всех общественных делах. Благотворительность, социальная сфера, мы

езде должны себя показать. Спорт обязательно, ведь мусульманин должен всегда активным быть. (Цитата из экспертного интервью).

«Допустим, субботник. Я бабаям (старейшинам - Д.М., Д.С.) говорю, 30-32 человек приходит на пятничную молитву. Говорим про субботник, что кладбище убираем. Приходит человек 5-7» (Цитата из экспертного интервью).

В противовес «статичному», «динамичный» тип исламской самоорганизации можно охарактеризовать на основании противоположных признаков:

1) нацеленностью жизни мусульманской общины как на исполнение коранических правил и обрядовых практик, так и на активное участие в общественной жизни с позиций ислама;

2) значительное количество молодёжи среди прихожан этих общин;

3) религиозные лидеры более образованны, имамы имеют специальное богословское образование, нередко полученное за рубежом (в Саудовской Аравии, Турции);

3) проводится активная информационная политика (в сети интернет, средствами наружной рекламы и т.д.), важное место занимает миссионерская деятельность, не ограничивающаяся рамками местных этнических групп исторически исповедующих ислам.

Вот как описывают подобные практики сами участники фокус-групп и интервью:

«Хорошая тенденция, что многие имамы мечетей начинают организовывать разные мероприятия, не только религиозного характера. Вообще, если брать нашу религию, то это образ жизни. Поэтому религиозные аспекты проникают во все отрасли нашей жизни, будь то дома мы или на работе, или в мечети» (Цитата из обсуждения на фокус-группе).

«Мы говорили: давайте, каждая мечеть в каждом районе должна иметь свой баннер. Самый первый баннер, который мы сделали, называется «Рай находится под ногами нашими». Просто напоминание «позвони родителям». Еду, вижу, дай, думаю, позвоню, спрошу, как у мамы дела. Не просто звучно как-то было, а чтобы подтолкнуло к действию» (Цитата из экспертного интервью).

«Какие у нас мероприятия: побольше хотим спортивных мероприятий, футбольные встречи, т.д. Тут был чемпионат Поволжья, активно в спорт вовлекаем молодёжь, потому что для боле молодых, особенно для школьного возраста, просто в мечеть приходит мало, что-то ещё нужно. Ещё ходим, навещаем больных прихожан. Заболел человек: мы просто приходим в больницу или домой, навещаем. Независимо от возраста. Погорельцам очень много помогаем» (Цитата из обсуждения на фокус-группе).

«Динамичному» типу исламской самоорганизации характерно и активное развитие каналов коммуникации. В первую очередь,

информационных и образовательных, нацеленных на мусульманскую среду. Именно, общины, которые мы отнесли к «динамичному» типу, создали два наиболее посещаемых и информативных ресурса в сети Интернет в Ульяновской области: islam73.ru и mahalla1.ru. Кроме того, в регионе запущены проекты смс-рассылок членам мусульманского сообщества. Активно задействуются и социальные сети. Использование современных ИТ-технологий коррелирует с ориентацией подобных общин на молодежь и отчасти людей среднего возраста.

«Одни из первых мы открыли сайт махалля1.ру. У нас там и просмотров и визитов очень много в день, как для нормального сайта, Сайтом занимаются на общественных началах. То, что касается газеты, да у нас в свое время у духовного управления выходила газета в Ульяновске. Но потом она заглохла, от непонимания высшего состава духовенства» (Цитата из экспертного интервью).

«Что касается смс-рассылки, допустим, мы уже несколько лет практикуем, но у нас было не боле 100 человек каждый день. Но теперь нашли программку, теперь на 1000 человек делается. У нас есть смс-рассылка с временем молитвы. Человеку на сотовый телефон заблаговременно, минут за 10-15 приходит смс, что наступает молитва» (Цитата из обсуждения на фокус-группе).

«Вообще сейчас очень заметны, очень развиты социальные сети и в них очень много всяких религиозных моментов, где ты татарин или мусульманин - поставь «класс, посмотрим, сколько нас» и других очень много моментов, где картинки очень красивые, например, читающие намаз люди. И ненароком все равно ставишь «класс», и это все расходитя дальше, распространение в социальных сетях есть» (Цитата из обсуждения на фокус-группе).

Помимо информационных ресурсов в сети Интернет исламская тематика представлена в Ульяновской области в ряде печатных СМИ и на TV. Речь идёт об областной татарской газете «Эмет», ещё одна газета «Кумяк кюч»издаётся в Старокулаткинском районе, о передаче «Чишме» на региональном телеканале «Репортер», а также на местном телеканале Старокулаткинского района, вещание которого охватывает еще несколько соседних муниципальных образований. Не меньшей популярностью у местного татарского населения пользуется телеканал Республики Татарстан «ТНВ», на котором достаточно полно представлена исламская жизнь поволжского региона.

Таким образом, если в сети Интернет в регионе функционируют специализированные собственно исламские информационные ресурсы, то в традиционных СМИ (печать, телевидение, радио) исламские ценности на системной основе транслируются преимущественно в рамках татарских национальных информационных ресурсов, как компонент татарского этно-культурного самосознания.

В ходе исследования респонденты высказали предложения и рекомендации для органов государственной власти (как федеральной, так и региональной) в сфере этно-конфессиональной политики.

Приведем некоторые наиболее характерные суждения.

«Чтобы более плотно работали государственные структуры с духовным управлением мусульман. Потому что мы видим как власти работают с РПЦ. Как они плотно работают, я понимаю, что мы не живем в мусульманской стране. Но все-таки 15-20% населения региона татары, довольно-таки не малое количество. В Татарстане, Башкортостане, Чечне духовенство принимает непосредственную очень сильную роль, не только в духовно нравственном воспитании, но вообще в жизни региона, нам бы тоже так хотелось» (Цитата из экспертного интервью).

«По поводу ислама, чтобы было хотя бы небольшое финансирование мечетей и медресе. Именно государство чтобы какую-то часть выделяло на тех же учителей, на литературу, на свет, газ, всё остальное. Потихонечку, чтобы было внимание» (Цитата из обсуждения на фокус-группе).

«У меня, наоборот, основное, что хотел сказать, к сожалению, у нас к чему бы ни коснулось государство, становится только хуже. Поэтому лучше пусть оно нас не трогает. Это будет лучше. И это не только в религии. Это и в бизнесе. Если издаётся закон, например, чтобы улучшить условия для, например, малого бизнеса, его положение становится только хуже. Здесь то же самое» (Цитата из обсуждения на фокус-группе).

Таким образом, в постсоветский период поволжское мусульманское сообщество, также как и всё население России, испытало кризис идентичности. Исламская самоорганизация превратилось в один из важнейших компонентов не только новой идентичности, но и новых форм социального действия. Становится очевидно, что в связи с реализацией Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года, в каждом регионе России должна быть подготовлена целевая программа по улучшению межнациональных и межконфессиональных отношений. В этом плане в Ульяновской области при разработке данной программы особое внимание, безусловно, должно быть уделено выработке региональной государственной политики по отношению к различным формам исламской самоорганизации, как неотъемлемой и значимой части регионального социального пространства. Особенно с учётом довольно низкого, как показали результаты исследования, уровня политизации исламской уммы в Ульяновской области.

Список источников

1. Губернатор и Правительство Ульяновской области. Официальный сайт//ulgov.ru/news/regional/2015/03/12/38001/.
2. О том, что исламская идентичность татар развивается в рамках их этно-национального самосознания, писали известные российские учёные: Джемаль Г. Освобождение Ислама. □ М. : Умма, 2004. □ С. 199; Мухаметшин Р. Ислам в общественной и политической жизни татар и Татарстана в 20 веке. □ Казань, 2005. □ С. 250-251; Хакимов Р. Где наша Мекка? □ Казань: Магариф, 2003. □ С. 20, 21

УДК 339.138

В.А. Кашлякова (Севастополь, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского») НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ЖУРНАЛИСТОВ В «ГОРЯЧИХ ТОЧКАХ»

Актуальность данной темы заключается в том, что в связи с обострением в мире военно-политической ситуации, журналисты обязаны собирать информацию в зонах вооруженного конфликта, тем самым рискуя своей жизнью и здоровьем. Исходя из этого, значительно увеличилось количество жертв, погибших при исполнении своих служебных обязанностей.

Важно отметить, что правовое обеспечение безопасности журналистов, оказавшихся в зоне боевых действий, является одной из важнейших составляющей их профессиональной деятельности. Однако, прежде чем говорить о правовой базе по данному вопросу, стоит дать определение понятий «безопасность» и «горячая точка».

Безопасность — это состояние того или иного объекта, при котором отсутствует разного рода угрозы, способные причинить вред его нормальному функционированию. Тем самым, незначительное отклонение расценивается как возникновение условий угрозы или чрезвычайной ситуации.

Что касается понятия «горячая точка», то С.И. Ожегов в своей рукописи «Толковый словарь русского языка» дал определение понятия «горячая точка» как «место возникновения напряженной или опасной ситуации» [6]. Очевидно, что журналист вряд ли может рассчитывать на полную безопасность и выполнение им профессионального долга так или иначе оно будет связано с угрозами его жизни и здоровью. Речь идет и о работе в зонах стихийных и техногенных бедствий.

Важно отметить, что в статье 81 Женевской конвенции от 27 июля 1929 года «Об обращении с военнопленными» закреплялось, что лица, следующие за вооруженными силами, но не входящие при этом в их

личный состав, такие, как корреспонденты, репортеры газет, маркитанты и поставщики, оказавшиеся во власти противника, который считает необходимым их задержание, имеет право на обращение с ними, как с военнопленными, при условии имеющегося у них законного разрешения военных властей вооруженных сил, за которыми они следуют [1]. Тем самым, журналисты относились к неопределенной категории лиц, которые находились в зонах военных действий.

В нормах Женевской конвенции от 27 июля 1929 года при захвате противником журналисты имели право на обращение, как военнопленные, но, только при наличии у них служебного удостоверения, выданного военными властями их государства.

Однако, после второй мировой войны были внесены значительные изменения в международное гуманитарное право, результатом которых стало принятие Женевских конвенций от 12 августа 1949 года. В результате изменений были введены новые положения, касающиеся обеспечения защиты журналистов в «горячих точках».

Статьей 5 Женевской конвенции «Об обращении с военнопленными» от 12 августа 1949 года предусмотрено, что в случае сомнений касательно статуса лица, который претендует на статус военнопленного, такое лицо остается под защитой конвенции до решения компетентного суда [2].

Предпочтительно обеспечение здоровья и жизни журналистов появилось при введении Женевской правовой отрасли, так как представители прессы на войне приравниваются к гражданским лицам, а их защитой занимается международное гуманитарное право.

Так, 08 июня 1977 года были приняты Дополнительные Протоколы к Женевским конвенциям. В одном из этих Протоколов имеет место специальная глава III «Журналисты», регулирующие порядок обеспечения безопасности военных корреспондентов.

Статья 79 вышеуказанного Протокола регулирует о причислении представителей средств массовой информации к гражданским лицам. Однако, внесены изменения: «Как таковые, журналисты пользуются защитой в соответствии с Конвенциями и настоящим Протоколом при условии, что они не совершают никаких действий, несовместимых с их статусом гражданских лиц...» [3]. Таким образом, как у журналиста в руках оказалось оружие, он включился в боевой процесс, распространение на него права защиты мгновенно прекращается. В этом случае, журналист переходит в разряд комбатантов (от французского «combatant» - сражающийся) — это лицо, которое входит в состав вооруженных сил сторон, находящихся в конфликте и имеющее право принимать непосредственное участие в военных действиях.

Поэтому, правовая защита корреспондентов в условиях военного конфликта имеет особый статус, так как Женевские конвенции 1949 года были ратифицированы всеми странами мира, однако с

Дополнительными протоколами этого не случилось. На сегодняшний день Дополнительный протокол I к Женевской конвенции от 12 августа 1949 года подписан 168 государствами [3], а Дополнительный протокол II к Женевской конвенции от 12 августа 1949 года – 164 странами [4].

В соответствии с официальной статистикой, приведенной в ежегодном докладе Комитета по защите журналистов за 2015 год, при исполнении своих профессиональных обязанностей погибло около 70 журналистов. Из 70 журналистов, погибших при исполнении своих служебных обязанностей в 2015 году, 40% были убиты от рук группировок исламских боевиков «Аль-Каида» и «Исламское государство». За 16 преступлений, совершенных в 2015 году, исламские группировки, такие как «Исламское государство» и «Аль-Каида», несут ответственность в ряде стран мира.

К примеру, согласно этой же статистике в течении 2015 года в Пакистане было убито 14 журналистов, в Сирии — 12 журналистов, во Франции и Афганистане — 9 человек, в Ираке и Украине — 9 человек, в Бразилии — 6 человек, в Ираке, Йемене и Южном Судане — 5 человек и т.д. Также отмечу, что по данным Международной федерации журналистов в 2014 году в мире погибло 118 работников средств массовой информации, а в 2013 году — 105 журналистов [7]. Исходя из указанной выше статистике, можно отметить, что в 2015 году количество смертей военных журналистов значительно меньше предыдущих годов.

Необходимо отметить, что Международной федерацией журналистов опубликован список стран, где случаи убийства журналистов не просто имеют место быть, но и остаются нераскрытыми, другими словами «Индекс безнаказанности». Так, по итогам 2014 года его возглавили Ирак, Сирия, Сомали, Филиппины, Пакистан, Украина, Израиль. Российская Федерация в этом списке занимает 10 место [5].

Также, отмечу, что в 2015 году список самых опасных стран мира для военных корреспондентов возглавили Сирия, Франция и Пакистан.

Исходя из вышеперечисленного, отмечу, что проблема обеспечения безопасности как военных журналистов, так и мирного населения в целом, имеет острую проблем и оставаться равнодушными к данной проблематике невозможно.

Таким образом, Женевская конвенция классифицирует журналистов, которые крепятся к вооруженным силам, как участников боевых действий, не носящих униформу. Это означает, что в соответствии с международным гуманитарным правом, журналисты, имеющие аккредитацию и путешествуют вместе с войсками на законных основания, являются частью военной силы.

Список источников

1. Женевская конвенция об обращении с военнопленными от 27 июля 1929 года // [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikisource.org/>

2. Женевская Конвенция об обращении с военнопленными (Женева, 12 августа 1949 года) // [Электронный ресурс]. URL: <http://constitution.garant.ru/>.

3. Дополнительный протокол к Женевским конвенциям от 12 августа 1949 года, касающийся защиты жертв международных вооруженных конфликтов (Протокол I) от 8 июня 1977 года // [Электронный ресурс]. URL: <http://constitution.garant.ru/>.

4. Дополнительный протокол к Женевским конвенциям от 12 августа 1949 года, касающийся защиты жертв международных вооруженных конфликтов немеждународного характера (Протокол II) от 8 июня 1977 года // [Электронный ресурс]. URL: <http://constitution.garant.ru/>.

5. Доклад «Международная федерация журналистов». «Самая опасная для журналистов страна – Пакистан» // [Электронный ресурс]. URL: <http://mediaconflictsinrussia.org/2015/01/19/otchet-mezhdunarodnykh-organizatsii-za-2014/>.

6. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. // [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ozhegov.org/>.

7. 71 Journalists Killed in 2015/Motive Confirmed // [Электронный ресурс]. URL: <https://cpj.org/killed/2015/>.

УДК 339.138

А.В. Ерохин, Л.Н. Ерохина (Ижевск, Удмуртский государственный университет)

ИНТЕРНЕТ В РОССИЙСКОЙ ПРОВИНЦИИ: ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ

В данной работе приведены некоторые результаты исследования наиболее популярных Интернет-сайтов в Приволжском федеральном округе в феврале-марте 2016 г. Для выявления и последующего описания были использованы данные мирового центра статистики «Alexa.TheWebInformationCompany», а также отечественного ресурса «LiveInternet», в котором разработана удобная и наглядная система статистики Рунета, обновляющаяся в режиме on-line и показывающая повременной рейтинг сайтов по темам и городам – республиканским и областным центрам Российской Федерации. Сразу отметим, что статистика двух указанных ресурсов существенно отличается ввиду различных технологий подсчета. Так, «Alexa» включает в свой рейтинг ресурсы иностранного происхождения, в том числе поисковую систему и Интернет-портал «Яндекс», принадлежащий компании Yandex, зарегистрированной в Нидерландах. LiveInternet же в своих данных не учитывает такие источники, в том числе Google, Youtube, Facebook и Wikipedia, находящиеся на первых местах в рейтинге Alexa. Так как данные, представленные на сайте LiveInternet, не

учитывают статистику по регионам в целом, в исследовании пришлось сконцентрироваться на анализе сайтов крупных населенных пунктов, вошедших в число десяти наиболее посещаемых Интернет-ресурсов по каждой республике и области.

Было рассмотрено четырнадцать городов, являющихся столичными городами в регионах, входящих в состав Приволжского федерального округа: Нижний Новгород, Казань, Уфа, Пермь, Самара, Саратов, Киров, Ижевск, Пенза, Ульяновск, Оренбург, Саранск, Чебоксары, Йошкар-Ола. В анализ были также включены два города, не являющиеся столицами субъектов федерации, но вошедшие в рейтинг LiveInternet, – Тольятти и Набережные Челны. Исследование проводилось как в количественном (основные показатели посещаемости), так и в качественном (тематическая структура рейтингов наиболее посещаемых сайтов).

Нами также было проведено сопоставление общероссийского и региональных рейтингов самых популярных сайтов согласно статистике LiveInternet. Это сопоставление показало существенные расхождения в структуре популярности на общероссийском и региональном уровнях. В общероссийском рейтинге первые два места уверенно занимают социальные сети – «ВКонтакте» и «Одноклассники». Вслед за ними идет ресурс Mail.ru, представленный несколькими сервисами – Почта Mail.ru, Ответы Mail.ru, Мой Мир Mail.ru, Поиск Mail.ru. Кроме социальных сетей и браузеров, в первой десятке постоянно присутствуют справочные и информационные ресурсы – сайты объявлений Avito и AvitoАвто, а также сайт прогнозов погоды GISMETEО.RU. Что касается «традиционных» электронных периодических изданий, специализирующихся на новостях и аналитике, то они, как правило, не занимают высоких мест в «топ-10» наиболее посещаемых сайтов. Выше всего здесь стоят федеральные и центральные информационные каналы и издания: Информационный канал «Вести», РИА «Новости», Lenta.Ru, РБК, KP.Ru: Комсомольская правда, Газета.Ru и другие. В основном они располагаются во второй десятке рейтинга. Из ресурсов, близких по характеру к электронным периодическим изданиям, следует также отметить компанию HearstShkulevDigital, распространяющую массовые электронные журналы для женщин, мужчин, для дома, семьи и развлечений (ELLE, MAXIM, MarieClaire, «Счастливые родители», «Антенна-Телесемь» и др.).

В общих чертах эта структура популярности соответствует статистике посещаемости в крупнейших индустриальных странах Европы и Северной Америки, где, по данным сайта Alexa, также доминируют социальные сети (особенно Facebook), браузеры (Google) и различные информационные, коммерческие ресурсы и Интернет-магазины (Amazon, Wikipedia, Ebay и др.). Как и в России, электронные информационно-аналитические издания занимают преимущественно

места во второй десятке и ниже. Исключение составляет популярный в США социальный новостной сайт Reddit (девятое место в рейтинге Alexa).

Предваряя наш анализ самых популярных Интернет-ресурсов в ПФО, повторим, что структура верхней части рейтинга общероссийских сайтов значительно расходится с соответствующим сегментом в городах ПФО. Если на общероссийском уровне не прослеживается ярко выраженного лидера в категориях информационно-аналитической и развлекательной электронной прессы, то в провинции места в первой десятке часто занимают ресурсы именно этого направления, обращенные к социально-политической и культурной жизни регионов.

Чаще всего первые места в рейтингах сайтов занимают городские информационно-развлекательные порталы и форумы, принадлежащие местным государственным и коммерческим структурам, а также провайдером Интернет-услуг. В отдельных случаях это могут быть сайты местных газет – «Столицы С» в Саранске, «Марийской правды» в Йошкар-Оле. Еще один ресурс, «Вся Ульяновская Пресса», определяется своими создателями как онлайн-библиотека всего информационного контента, касающегося региона (<http://ulpressa.ru/category/about/>. Доступ 28.03.2016). Как правило, эти сайты охватывают аудиторию главного города субъекта федерации, а также некоторых крупных городов местного подчинения.

За городскими информационно-развлекательными порталами и форумами следуют локальные версии крупных федеральных или межрегиональных газет и информационных агентств. Среди газет бесспорное лидерство принадлежит региональным вкладышам «Комсомольской правды», которые занимают первые места в рейтингах большинства городов – столиц субъектов ПФО. За ней следует информационное агентство Росбизнесконсалтинг (РБК), которое играет заметную роль в Интернет-пространстве таких крупных городов региона, как Нижний Новгород, Казань, Пермь, Саратов, Уфа.

Конкуренцию РБК составляет интернет-холдинг Regionс головным офисом в Челябинске, представляющий собой сеть крупных городских порталов с рядом отдельных тематических проектов («Новости», «Авто», «Дом», «Работа», «Отдых», «Деньги», «Доктор», «Образование»). В 2015 году компания Region объединилась с федеральной сетью городских интернет-порталов Regional Network Hearst Shkulev Digital. В Приволжском федеральном округе холдинг особенно активно действует в Нижнем Новгороде, а также укрепляет свое присутствие в Перми, Самаре и Уфе. Другие электронные СМИ общероссийского или межрегионального значения – например, «Аргументы и факты» и «Московский комсомолец», – значительно отстают по охвату аудитории и представлены в Интернет-рейтингах ПФО лишь спорадически.

За вышеперечисленными информационными лидерами следуют разнообразные справочные ресурсы, среди которых – уже отмечавшиеся картографические, геолокационные и метеорологические сервисы, сайты объявлений, купли и продажи, недвижимости, автосервиса, поиска работы. Новой тенденцией можно считать заметное распространение фото- и видеохостингов (например, clipiki.ru в Уфе), что соответствует мировой тенденции (ср. интернациональную популярность сайтов Youtube, Pinterest, Imgur, Instagram и др.).

В большинстве случаев Интернет-активность концентрируется в республиканских и областных центрах. Особенно велика централизация в таких городах ПФО, как Нижний Новгород, Уфа, Пермь, Киров. Так, в рейтинге LiveInternet по Нижнему Новгороду другие населенные пункты Нижегородской области находятся в пятом – шестом десятке. Такое же положение в Пермском крае – самый посещаемый «нестоличный» портал – Чайковский городской портал chaiknet.ru – находится на сорок девятом месте (доступ 28.03.2016). В Кирове и Кировской области, Уфе и Башкортостане ситуация несколько лучше, – в частности, сайты Кирово-Чепецка и Омутнинска (Кировская область), Стерлитамака (Башкортостан) располагаются в третьем десятке.

В то же время, весьма высока Интернет-активность таких больших нестоличных городов, как Тольятти в Самарской области и Набережные Челны в Татарстане. Отдельные всплески посещаемости на сайтах городов местного значения регистрируются в Саратовской области (г. Балашов), Удмуртской Республике (гг. Воткинск, Глазов, Можга), Республике Марий Эл (г. Волжск).

Особый случай представляет Оренбург и Оренбургская область, где пять из десяти самых популярных сайтов, согласно LiveInternet, размещаются в таких городах, как Орск, Новотроицк и Гай. Информационный портал ORSK.RU, лидирующий в рейтинге Оренбурга, пользуется известностью и в соседних регионах, например в Самарской области (11-е место по Самаре, доступ 28.03.2016).

Подытоживая наш обзор наиболее посещаемых Интернет-ресурсов в Приволжском федеральном округе, отметим несколько характерных тенденций.

Прежде всего, в регионе в целом, на наш взгляд, происходит концентрация финансовых, логистических и информационных ресурсов Интернета вокруг ряда крупных негосударственных компаний, имеющих как российское, так и зарубежное происхождение. Эти компании и холдинги, как правило, обеспечивают общее функционирование Интернет-услуг по распространению информации. В основном они занимаются «прагматическими» задачами логистической поддержки в области бизнеса, рекламы, размещения объявления, поисковой информации и прочих поисковых услуг.

Непосредственными задачами наполнения контента на региональном уровне, по нашим наблюдениям, большей частью занимаются региональные информационно-развлекательные порталы, электронные периодические издания либо локальные версии как общероссийских, так и местных газет. Это «разделение труда» между электронной информационной логистикой и созданием контента способствует формированию специфической многоуровневой системы электронной массовой информации, которую предварительно можно описать как комплекс, состоящий из ресурсов, различающихся по дальности охвата, – глобальных, общероссийских («федеральных»), межрегиональных и локальных (региональных). При этом данная структура не заканчивается уровнем отдельных больших и малых городов, как это отражено в статистике LiveInternet. Существует еще более частный, но от этого не менее важный уровень «деревенского» Интернета, представленный в основном в социальных сетях («ВКонтакте», «Одноклассники»). Мы попытались охарактеризовать этот «базовый» уровень в наших работах [1].

В качестве другой тенденции отметим, что формирующаяся система электронной массовой информации во многом имеет пространственно-географические очертания. В гораздо меньшей степени она поддается систематизации по традиционным журналистским тематическим и типологическим признакам.

Эта тенденция проявляет себя в том, что специализированные сайты и сайты по интересам по своей популярности не могут сравниться с сайтами и ресурсами смешанного характера, предлагающими целый спектр услуг – рекламно-коммерческих, экономических, информационных, социальных, культурных и др. Сайты специализированного направления, как правило, «растворяются» в сложной, разветвленной структуре социальных сетей и информационно-развлекательных порталов.

Если взглянуть на список категорий, используемый сайтом LiveInternet для ранжирования Интернет-ресурсов, можно заметить, что он отражает, прежде всего, практические интересы и вкусовые предпочтения пользователей Интернета. В основном это услуги разного рода (медицинские, образовательные, финансовые, туристические и проч.), а также развлечения. «Прагматика» повседневных запросов практически полностью вытеснила гражданские, политические интересы – категории «Политика» и «Политические» партии, по-прежнему используемые в рейтинге LiveInternet, демонстрируют крайне удручающую статистику. Мало заметно присутствие религиозных ресурсов – в категориях Liveinternet они проходят подрубрикой «Непознанное» и собирают крайне малое число посетителей. (В то же время, в соцсетях и «деревенском» Интернете религиозные темы обсуждаются достаточно активно). Та же ситуация – с категориями

«Культура и искусство», «Литература», «Наука и техника». Интерес к ним со стороны населения минимален. Удивляют также низкие цифры рейтингов вузовских сайтов, особенно крупных университетов – в Казани, Нижнем Новгороде, Перми, Уфе. Единственное исключение составляет Саратовский государственный университет, приближающийся по популярности посещений к первой десятке саратовских сайтов. Впрочем, та же тенденция регистрируется во всем мире, а также по всей России, включая Москву и Петербург. По данным сайта Alexa.com, на котором отслеживаются самые популярные электронные ресурсы в глобальном масштабе, сайты университетов, в том числе самые именитые, имеют низкий рейтинг посещаемости. Если оставаться в рамках России и портала LiveInternet, то по категории «Обучение», куда входят и вузовские сайты, в общероссийском масштабе лидируют всевозможные «банки рефератов и курсовиков». Представлены ресурсы, отражающие потребности школ и детских садов. Собственно вузовских ресурсов в этом рейтинге практически нет. Создается впечатление, что российское высшее образование почти полностью выключено из сферы электронных коммуникаций и, соответственно, из общественной и культурной жизни страны.

Наконец, отметим еще одну важную тенденцию в электронной сфере Приволжского федерального округа: слабое присутствие ресурсов с государственными услугами. Единственный сайт, достойный здесь упоминания, – Нижегородский информационный портал государственных услуг – занимает 15-е место в рейтинге Нижнего Новгорода. В остальных регионах сайты подобного рода находятся на периферии Интернета. Можно предположить, что концепция российского «электронного правительства», разработанная несколько лет назад, не функционирует должным образом на уровне российской провинции, в частности – Приволжского федерального округа.

В завершение подчеркнем, что контуры электронной коммуникационной среды, формирующейся в России и в том числе в Приволжском федеральном округе, по-прежнему остаются нечеткими. В нашем описании мы опирались на удобные с пользовательской точки зрения, но технически и методически далеко не совершенные статистические инструменты, применяемые порталом LiveInternet. Но даже этот инструментарий позволяет увидеть, что традиционный Интернет, – как, впрочем, и широко разрекламированный «второй веб» (Web 2.0) с его пафосом интенсивного социального взаимодействия, – все более превращается в рекламно-коммерческую электронную «доску объявлений». Есть большие сомнения в том, что социальные сети, такие, как Facebook, ВКонтакте, Одноклассники и др., способны восполнить падение интереса к таким важным аспектам публичной жизни общества, как политика, идеология, наука, гражданская и культурная активность.

Список литературы

1. Ерохин, А.В. Сельская идентичность Удмуртии в зеркале Интернета / А.В.Ерохин, Л.Н. Ерохина // Проблемы гражданской и региональной идентичности в современной России. □ Ульяновск : УлГТУ, 2015. □ С.117-123.

УДК 339.138

О.И. Димитричева (Нижний Новгород, Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.И. Добролюбова)

АКТИВНАЯ ГРАЖДАНСКАЯ ПОЗИЦИЯ ИНТЕЛЛИГЕНЦИИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ НОВОГО ОБЩЕСТВА

К настоящему времени написано много работ об интеллигенции, ее роли в жизни нашего общества, ее задачах и ответственности перед людьми. Спорят о том, виновата ли интеллигенция в кризисе экономики, в проведении таких реформ, которые не способствуют улучшению жизни основной массы населения. При этом авторы таких работ часто не оговаривают, что они понимают под «интеллигенцией». В словарях существует определение интеллигенции как образованных людей, профессионально занимающихся умственным трудом. В обыденном представлении интеллигент – это не только образованный и творческий человек, но личность, обладающая определенной внутренней и внешней культурой, определенными психологическими чертами.

Но проблема понимания термина «интеллигенция» возникла не сейчас. Она существовала с конца XIX века и остается актуальной в наши дни. Как тогда понимали этот термин? Сложилось два подхода: социально-экономический и социально-этический.

Один тип интеллигенции – люди, верящие в науку, европейски образованные, второй тип – нравственные личности, часто необразованные, но мыслящие рационально. Их нравственность в XIX веке имеет основой религиозную веру. Критика интеллигенции второго типа – черта интеллигенции первого типа, отдающей предпочтение научной рациональности.

Позже в энциклопедиях и словарях советского периода российской истории, интеллигенция трактуется как образованный слой людей, занимающихся умственным трудом. Интеллигенцию относят к социальному слою, прослойке, т.е. переходной общественной группе, не обладающей всеми признаками класса [4,8].

Базовые черты интеллигенции, объединяющие эти два подхода – интеллектуальная деятельность личности и практическое переустройство окружающего мира (т.е. активная гражданская позиция). Интеллектуальная деятельность может протекать в рамках научной рациональности и ненаучной рациональности. Первая точка зрения

характерна для представителей социально-экономического подхода к пониманию интеллигенции, вторая – для сторонников социально-этического трактовки. Преобразование общества может быть осуществлено двумя путями: революционным или путем реформ. Выбор того или иного пути зависит от политического пристрастия личности. Среди представителей социально-экономического и социально-этического направлений понимания интеллигенции были сторонники и революций, и реформ.

Кроме выделенных нами общих черт, социально-экономический и социально-этический подходы содержат различия, которые не позволяют их объединить. Социально-этическое понимание интеллигенции основано на постоянном нравственном развитии каждой личности. Социально-экономическое направление базируется на научном образовании, независимо от совершенствования личности человека.

Представители социально-экономического направления относили к интеллигенции людей умственного труда, европейски образованных. По их мнению, первыми интеллигентами были жрецы, они обладали знанием, передавали его своим преемникам. В основном сторонники этого направления были революционерами, настроенными на активное преобразование общества.

К социально-экономическому направлению можно отнести и авторов сборника «Вехи». Веховцы относили к интеллигенции европейски образованных людей, социал-демократическую и народническую интеллигенцию, противостоящую произволу властей. Этот слой, по их мнению, имеет недостатки. Социалистическая интеллигенция забывает о своем призвании (духовно-творческой деятельности), ее представители слишком активны в политической сфере, не уделяют должного внимания личностному самообразованию и самовоспитанию.

Представители социально-этического направления считали, что отдельные интеллигентные личности существовали всегда, но как слой интеллигенция появилась с середины XVIII века. Главная отличительная черта интеллигенции – умственная деятельность, понимание «неправды жизни» и практическое переустройство окружающего мира. Обостренное чувство справедливости не может позволить представителю интеллигенции равнодушно отнестись к окружающей действительности, заниматься чистой наукой и самосовершенствоваться.

Поиск идеала, стремление к нему всегда свойственно человеку. В настоящее время перед обществом стоит задача выработки новых нравственных ориентиров, ценностей, принципов, поэтому возникло стремление многих исследователей добавить к общепризнанному определению интеллигенции (иногда его называют функциональным) нравственные устремления личности. Они могут выражаться в

самосовершенствовании или активной политической деятельности на благо всего общества, но главное состоит в обращении внимания на отдельную личность, а не на коллектив в целом.

Примерно такие же задачи существовали в конце XIX века. В связи с отменой крепостного права и проведением ряда реформ общество пришло к осознанию того, что необходимо сформировать новые ориентиры и ценности, а также создать идеал человека, стремящегося к правде, справедливости и в конечном итоге – к счастливой жизни. Сначала был создан идеал светского человека, потом пришло иностранное слово, которое вобрало в себя все идеальные черты. Существует много идей о том, по какому пути нужно идти для достижения счастья, поэтому представления об интеллигенции или идеале у разных людей отличались.

В XX веке на смену социально-экономическому и социально-этическому подходам пришли функциональный, ценностный и культурологический.

Попытка примирить социально-профессиональный подход с социально-этическим прослеживается в работе Л.П.Сверчковой и И.Ш.Шмерлинга. Авторы отмечают, что подход к интеллигенции, как к социальному слою людей, профессионально занимающихся умственным трудом, позволяет выявить границы этого слоя, но формирует технократский тип мышления. Ценностная концепция определяет интеллигенцию в этическом плане, но поскольку справедливость, честность и другие этические характеристики не являются привилегией лишь интеллигенции, происходит размывание границ интеллигенции как социального слоя. Поэтому исследователи предлагают относить к интеллигенции «профессиональные группы, являющиеся субъектами духовного производства, производящие духовные ценности, занятые их хранением и организацией повторяющегося культурного потребления, создающие или воспроизводящие механизмы общественного способа жизни» [7, с.6].

На этическом подходе основываются работы О.В. Омеличкина, Л.Н. Когана, Г.К. Чернявской и др. Главными критериями, по которым определяется принадлежность к интеллигенции, являются: воспитание, самовоспитание, образование, самообразование, высокая гражданственная мораль и духовное творчество. Сущностными чертами интеллигенции являются этические качества и активная жизненная позиция, как и в XIX веке: «интеллигенция – это честные люди, способные сопереживать и выражать интересы народа, служить общечеловеческим идеалам» [5, с.9].

В рамках социально-этического подхода рассматривается качество интеллигентного человека – интеллигентность. Слово «интеллигентность», обозначающее свойство человеческой личности, получает теоретическое обоснование с 60-70-х годов XX века.

Сторонники ценностного подхода к интеллигенции в XX веке, как и в XIX сторонники социально-этического, считают, что активная гражданская позиция является главенствующим признаком интеллигентности. «Интеллигентность есть индивидуальная жизнь, или функция личности, понимаемая как сгусток природно-общественно-исторических отношений, идеологически живущей ради целей общечеловеческого благоденствия, не созерцающей, но переделывающей несовершенства жизни, что повелительно требует от человека потенциального или актуального подвига для преодоления этих несовершенств» [3, с.319]. Более того, интеллигентность – это «состояние общественной сопричастности и чувство человеческой боли, ставшие «второй натурой» личности» [9, с.95].

Некоторые исследователи феномена интеллигентности считают, что одной из составляющих черт интеллигентности является оппозиция власти, ущемляющей интересы личности [3, с. 321; 1, с. 10]. По мнению Г.В.Логуновой и Ю.Ф.Абрамова, «интеллигентность – это мозаичный синтез совокупности знаний, убеждений и поступков, ядром, которого выступает мировоззрение» [2, с.4].

Наряду с двумя подходами, которые были широко представлены в XIX и XX веках: социально-экономическим (функциональным) и социально-этическим (ценностным), в конце XX века появляется третье направление, которое объединяет эти два подхода. Это направление можно назвать функционально-ценностным или культурологическим. Феномен интеллигенции рассматривается в связи с процессами планетаризации социокультурного опыта человечества. Процесс планетаризации человеческого мышления в традиционных обществах (Россия, страны Востока) проявляется в качестве усвоения тех форм научной мысли, научного творчества и их результатов, которые исторически были присущи европейским странам.

Своим происхождением интеллигенция обязана единому для всего мира процессу – рационализации. «Понятие «интеллигенция» возникло из коллизии рационалистических и утопических чаяний в лоне надломившегося полутрадиционного общества, стало понятием интернациональным, теснейшим образом сопряженным с драмой рационализма и на Западе, и на Востоке» [6, с. 120].

В рамках культурологического подхода возникает совершенно новое определение интеллигенции: «социокультурный массив, вынужденный принять на себя роль объективного агента внесения элемента рациональной самоорганизации в социальную и духовную жизнь общества» [6, с. 124].

Итак, появление нового социального слоя, с точки зрения сторонников культурологического подхода: «интеллигенции», могло произойти только в традиционных обществах, поскольку рационализация или европеизация традиционного общества привела к

расколу общественного сознания. Интеллигенция – это слой людей, привносящих европейскую культуру, причем одно из направлений интеллигенции не сомневается в ее значимости, необходимости, другое – ставит необходимость вторжения европейских ценностей в культуру традиционного общества под сомнение.

Таким образом, активная гражданская позиция интеллигенции является сущностной чертой этого слоя, начиная с XIX века и по настоящее время, несмотря на существование различных подходов к пониманию термина. Без активной деятельности слоя образованных и нравственных личностей невозможно построить новое общество, сформировать новое мировоззрение, установить систему ценностей, объединяющих все общество.

Список литературы

1. Лихачев, Д.С. Раздумья о России / Д.С.Лихачев. – СПб. : LOGOS, 1999. – 672 с.
2. Логунова, Г.В. Мировоззрение как средство методологического анализа феномена интеллигенции // Г.В.Логунова, Ю.Ф.Абрамов. – Рукопись деп. в ИНИОН. – Иркутск, 1992. – С.4.
3. Лосев, А.Ф. Об интеллигентности // А.Ф.Лосев. Дерзание духа. – М.: Политиздат, 1988. – С. 314-322.
4. Ожегов, С.И. Словарь русского языка. / С.И.Ожегов. – М.: Русский язык, 1984. – 816 с.
5. Омеличкин, В.О. Интеллигенция как субъект культуры / В.О.Омеличкин. – Кемерово, 1991. – Вып. 1. – С. 1- 17.
6. Рашковский, Е.Б. Научное знание, институты науки и интеллигенция в странах Востока XIX-XX века / Е.Б.Рашковский. – М.: Наука, 1990. – 202 с.
7. Сверчкова, Л.П. Роль интеллигенции в перестройке общества./ Л.П. Сверчкова, И.Ш. Шмерлинг. – Л., 1989. – 16 с.
8. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М.Прохоров. – М.: Советская энциклопедия, 1983. – 1600 с.
9. Толстых, В.И. Об интеллигенции и интеллигентности / В.И.Толстых // Вопросы философии. – 1982. – №10. – С. 83-98.

УДК 339.138

Н.Е. Белова (Арзамас, Арзамасский филиал Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского)

ПОЛИТИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА И ГОСУДАРСТВА

Начиная с Нового времени в политико-правовой мысли имели место попытки решить вопрос о том, как ограничить государственную власть и, при этом, сохранить за государством способность выполнять его важнейшие функции. Результатом этих попыток стала теория и практика правового взаимодействия гражданского общества и государства.

Понятие правового государства предполагает достаточно высокий уровень развития государственности и права. Правовое государство обеспечивает режим господства права, создавая гарантии от административного вмешательства и произвольной регламентации деятельности граждан и автономных гражданских ассоциаций, защищая интересы производителей и потребителей социальных благ в рамках определённых правовых процедур [1].

К важнейшим признакам правовой государственности относятся, прежде всего, верховенство права (правовых законов), формально-юридические гарантии свободы, а также действующая система разделения властей, механизмов сдержек и противовесов [2].

Реальность правового государства, то есть более или менее полное воплощение принципов правовой государственности в политико-правовой действительности, достигается только на определённом этапе исторического развития общества – на этапе признания формальной свободы каждого индивида. Более того, реальность правового государства несовместима с представлением о том, что права человека есть дар государства. Теоретическим фундаментом правового государства является естественно-правовая теория, которая утверждает, что права человека принадлежат человеку, а не государству. Государство может либо уважать и защищать эти права, либо нарушать и подавлять их, но отнять присущие человеку права государство не может.

Правовая государственность предполагает установление границ возможного вмешательства государства в свободную сферу гражданского общества, а допустимость такого вмешательства регламентируется в соответствии с принципом «запрещено всё, что не разрешено». Тем самым, государство признается субъектом права, а диапазон государственной активности ограничивается правовыми рамками.

Существенно то, что нормативной основой правового государства является не закон сам по себе, принятый в соответствии с

установленной процедурой, но правомерный и легитимный закон, не посягающий на гражданские права и свободы. Т.е. речь идёт о понимании закона как института защиты прав граждан и, одновременно, ограничения сферы деятельности государства.

Конечно же, правовое государство не исключает противоправной практики, возможности посягательства на гражданина со стороны преступника или бюрократа, но оно гарантирует гражданину эффективные механизмы пресечения подобных посягательств.

В современной политико-правовой реальности нормативной основой правового взаимодействия гражданского общества и государства является целая система правовых норм, регламентирующая взаимодействие гражданского общества, его институтов с государством, его органами и должностными лицами.

На международном уровне соответствующую регулятивную функцию выполняют такие документы, как Всеобщая декларация прав человека 1948 г., Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод 1950 г. и другие.

На уровне национальном важнейшим нормативно-правовым актом является Конституция Российской Федерации, которая закрепляет основные демократические принципы взаимодействия гражданского общества и государства: идеологический и политический плюрализм, права и свободы человека, механизмы их правовой защиты, средства воздействия на государственную власть.

Помимо Конституции, различные стороны правового взаимодействия находят закрепление в федеральных законах – «Об основах общественного контроля в Российской Федерации», «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», «Об общественных объединениях», «О политических партиях», «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации», а также указах Президента – «Об утверждении Положения об Управлении Президента Российской Федерации по применению информационных технологий и развитию электронной демократии», «О рассмотрении общественных инициатив, направленных гражданами Российской Федерации с использованием интернет-ресурса “Российская общественная инициатива”» и других.

Гражданское общество и государство оказывают друг на друга взаимное влияние, находятся в сложном политико-правовом взаимодействии. Они нуждаются в поддержке друг друга. Ни гражданское общество без участия государства, ни государство без участия гражданского общества не могут обеспечить реализацию прав, свобод и законных интересов граждан, а также баланс личных и общественных интересов. К основным политическим практикам их взаимодействия можно отнести:

- практики территориального общественного самоуправления, которые позволяют решать актуальные общественно значимые проблемы социально-бытовой и жилищно-коммунальной сферы;

- практики построения диалоговых площадок на федеральном (Общественная палата), региональном (региональные гражданские форумы) и местном (общественные палаты отдельных регионов и городов) уровнях;

- практики взаимодействия через политические институты – партии, общественные объединения, организации и движения, в том числе некоммерческие организации (НКО);

- совместные практики противодействия экстремизму и терроризму, а также практики совместной ликвидации последствий стихийных бедствий;

- электоральные практики взаимодействия. Различные НКО активно участвуют в наблюдении за ходом проведения выборов, по требованию общественности избирательные участки оборудуются видеокамерами и т. д. [3].

Взаимодействие гражданского общества и государства проявляется, с одной стороны – в создании условий для развития институтов гражданского общества, законодательном регулировании деятельности граждан и создаваемых ими гражданских ассоциаций и, с другой – в участии гражданского общества в рекрутировании правящей элиты, формировании органов государственной власти и оказании влияния на принятие политических решений.

В структуре юридической конструкции правового взаимодействия гражданского общества и государства исследователи выделяют ряд основных элементов, таких как субъекты правового взаимодействия, цели и средства правового взаимодействия, формы и юридические процедуры [4].

Субъектами правового взаимодействия выступают, с одной стороны, государство, в лице его органов, должностных лиц, а с другой – институты гражданского общества.

Важнейшими инструментами и технологиями правового взаимодействия гражданского общества и государства являются такие как референдум, электронная демократия, общественный контроль, общественная экспертиза нормативно-правовых актов и их проектов на коррупциогенность и другие.

Основными формами правового взаимодействия гражданского общества и государства являются правотворческая, правоприменительная и правоохранительная деятельность. Каждая из этих форм реализуется через разнообразные юридические процедуры, в числе которых:

- процедуры участия в референдумах;

- обращения граждан в органы государственной власти;

- участие в процедуре обсуждения законопроектов, в осуществлении общественного контроля, управлении делами государства, в том числе через институт политических партий;

- участие в защите и охране прав и свобод человека и гражданина (адвокатура, правозащитная деятельность).

В современной России существуют сотни тысяч различных общественных объединений и организаций. Причём появляются всё новые правозащитные, молодёжные, благотворительные и иные объединения. Есть определённые успехи и достижения, связанные, в частности, с внесением изменений в миграционную политику, совершенствованием законодательства о российском гражданстве, принятием федеральных законов «Об альтернативной гражданской службе», «О создании системы общественного контроля в местах заключения», введением судов присяжных, института Уполномоченного по правам ребёнка и т.д. Организованные действия граждан позволили отстоять целый ряд памятников архитектуры в разных городах России. Органам законодательной и исполнительной власти всё чаще приходится прислушиваться к требованиям гражданских ассоциаций автомобилистов.

Однако, количественный рост разнообразных общественных организаций не всегда свидетельствует об изменениях качественных. Деятельность далеко не всеобщественных структур направлена на защиту прав и реальных интересов людей. Более того, многие из формально зарегистрированных НКО существуют только на бумаге [5].

По мнению ряда российских исследователей, ни добровольный, ни автономный характер общественных объединений не даёт оснований считать их частью гражданского общества, поскольку за названными формально-организационными признаками (добровольность и автономность) может скрываться псевдогражданская организация [6].

Взаимодействие органов государства и организаций гражданского общества в России могло бы быть более эффективным. В приближении к идеалу они могли бы стать равноправными партнёрами, несущими взаимную ответственность в решении важнейших социальных, экономических и политических проблем. Сегодня этому мешает традиционно сильное для России влияние бюрократии, которая, как правило, не готова либо просто не желает конструктивно взаимодействовать со структурами гражданского общества, отсутствие реальных механизмов взаимного контроля государства и гражданского общества, а также недостаточно высокий уровень общественной активности и правовой культуры большинства российских граждан. Пока миллионы граждан не считают строгое соблюдение законов нормой жизни, говорить о формировании развитого гражданского общества или правового государства не представляется возможным.

Список литературы

1. Венгеров, А. Б. «Несущие конструкции» правового государства / А.Б. Венгеров. – М. : Прогресс, 1990. – С. 96-112.
2. Влазнев, В.Н. Право как основа взаимодействия гражданского общества и государства в Российской Федерации / В.Н.Влазнев // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. - 2015. - № 2 (56). - С. 101-108.
3. Доклад о состоянии гражданского общества в Российской Федерации за 2012 год. - М.: Общественная палата Российской Федерации, 2012.
4. Ковач, Ю.О. Юридическая конструкция взаимодействия гражданского общества и государства / Ю.О.Ковач // Вестник Поволжского института управления. - 2015. - 6 (51). - С. 118-122.
5. Кочетков, А.П. Государство и гражданское общество в России: стратегия взаимодействия / А.П.Кочетков // Электронное научное издание Альманах Пространство и Время. - 2014. - Т.6, - № 1.
6. Хлопин, А.Д. Гражданское общество в России: идеология, утопия, реальность/ А.Д.Хлопин // Pro et Contra. - 2002. - Т.7, №1. - С. 120-138.

УДК 339.138

О.Р. Чугрина, О.А. Денисенко

(Донецк, Донецкий государственный университет управления)

ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ МОЛОДЕЖИ КАК СУБЪЕКТА ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Переход к новым формам жизни выдвигает на передний план новое поколение людей, которые стремятся к самореализации и имеют для этого объективные предпосылки. Их амбициозность, предприимчивость и работоспособность способны служить локомотивом в ускорении экономического и социального развития государства. Важным фактором воспитания людей и ускорения процесса социализации молодежи является реализация соответствующей государственной молодежной политики. Огромный творческий и интеллектуальный потенциал современной молодежи можно рассматривать как стратегический приоритет социальной политики государства. Вместе с тем, молодежь и ее настроения является своеобразным индикатором результативности социально-экономических преобразований в современном социуме, измерителем перспективности и правильности выбранного курса, стратегии социальной политики в обществе.

А. Ховрин утверждает, что возрастная динамика обуславливает постепенное получение молодыми людьми высших позиций в

социальной стратификации, освоение новых ролей. Это сопровождается формированием более или менее устойчивых статусно-ролевых комплексов, обладая которыми, они вступают затем в фазу зрелости. При этом необходимо понимать, что происходит объективное наращивание степени субъектности молодых граждан в различных сферах, видах социальных взаимодействий и отношений [1, с.146].

Степень участия современной молодежи в развитии гражданского общества в значительной степени определяет перспективы и возможности последнего. Это актуализирует вопрос об исследовании молодежи как субъекта формирования гражданского общества. То есть утверждения нового типа социокультурных отношений, которым является гражданское общество, предполагает не только активизацию известных форм социализации молодежи, но и создания новых, которые в наибольшей степени отвечают потребностям современности.

Молодежь как субъект формирования гражданского общества, благодаря своим психологическим особенностям способна быстрее, чем другие социальные группы, овладевать новыми знаниями, профессиями, необходимыми в период перехода к рыночным отношениям. Но, вместе с тем, есть ряд проблем, которые тормозят процессы включения молодежи в общественную жизнь. Среди них, например, А.Карнаух выделяет следующие:

1) молодежь живет в условиях, которые отвлекают внимание от повышенной социальной напряженности и психологического дискомфорта;

2) большинство молодых людей стоит перед сложным жизненным выбором, к которому они не подготовлены ни психологически, ни организационно;

3) среди молодежи наблюдается нарастание пассивности и недоверия к официальным органам управления, где очень мало их ровесников;

4) молодежь проявляет повышенный интерес к незаформализованным чисто молодежным группировкам и объединениям, которые могут носить маргинальный характер;

5) существует существенное неравенство среди молодых людей в возможностях получить образование, профессиональную подготовку, выбрать место работы;

6) в обществе происходит рост социального неравенства, что особенно сказывается на молодежи;

7) нехватка сильной государственной социальной политики;

8) в обществе среди молодых людей растут проявления антиобщественного поведения, нарушений правопорядка, законности [2, С.65-66].

Решение этих проблем и активизация молодежи как субъекта гражданского общества, в первую очередь, зависит от политической

социализации молодежи и ее участия в общественных объединениях и движениях.

Можно согласиться с А. Агеевой, что деятельность органов государственной власти и управления в сфере молодежной политики на общегосударственном уровне в соответствии с основными сферами жизнедеятельности молодежи должна проводиться в следующих основных секторах: деятельность по получению молодежью образования; содействие здоровью и внедрению здорового образа жизни молодежи; реализация экономических интересов юношей и девушек, реализация духовных интересов молодежи; обеспечение культурных потребностей и содержательного досуга; содействие участию молодых людей в общественной и политической деятельности [3, с.572]. Важную роль в этом процессе играет гражданская и политическая социализация, которую исследователи (например, Г. Алмонд, С. Верба, А. Карнаух и другие) понимают как активное усвоение индивидом идеологических и политических ценностей и норм конкретного общества, которые через определенное время осознаются им как система собственных политических установок и в дальнейшем определяют его политическое поведение и политическую культуру.

По классификации, предложенной А. Молдованом, политически социализированных молодых людей можно разделить на четыре группы:

1) пассивные в политическом и гражданском смысле, что позволяет ими манипулировать;

2) представители и сторонники различных субкультур (панки, пацифисты, националисты), настроенные на оппозиционные действия против устоявшихся общественно-политических ценностей;

3) политически активные и ориентированные на лидерство в молодежной среде;

4) «молодежная пехота» политических сил, готова работать на определенные политические партии по финансовым или идеологическим соображениям [4].

Также часто можно наблюдать, как молодые люди ищут для себя комфортные формы участия в политической жизни, которые дают возможность или получить материальные выгоды, или обеспечить карьерный рост, и только в отдельных случаях – реализовать собственную творческую энергию. Этот выбор реализуется как в участии в выборах, проведении избирательных кампаний, деятельности в политических партиях, общественных организациях, местном самоуправлении, так и в участии в забастовках, митингах, пикетах, демонстрациях и тому подобное.

Одной из актуальных проблем формирования молодежи как полноценного субъекта гражданского общества является ее стремление стать частью среднего класса, ведь одной из жизненных целей молодого человека является сохранение или повышение социального статуса

семьи, в которой он родился. Через семейное воспитание, получение полноценного образования формируется свободный культурный гражданин, способный разрешить свои жизненные проблемы, получить определенный социальный статус. Это человек, который хорошо понимает значение слов Н. Бердяева: «Хлеб для меня является вопросом материальным, а хлеб для моего ближнего – вопросом духовным».

К новым гражданским качествам, которые необходимо воспитывать сегодня в каждом молодом человеке, можно отнести: политическую активность; стремление усовершенствовать политические знания, свои умения, навыки; стремление влиять на принятие решений; преодоление отчуждения от старшего поколения; заинтересованность политическими событиями; стремление участвовать в построении гражданского общества как основы своего будущего.

В процессе политической социализации молодым людям важно усваивать определенные фундаментальные знания о политических отношениях, политических институтах, что становится основой коммуникативных связей с другими и определяет их политическое поведение. В процессе обмена политическими знаниями, убеждениями, верованиями происходит трансляция политической культуры от старшего поколения к младшему. Этот путь обеспечивает стабильность и преемственность общественного развития. Агентами политической социализации выступают традиционные социальные институты – семья и школа. С другой стороны, молодой человек должен самостоятельно прилагать усилия для приобретения новых политических знаний и политического и общественного опыта.

Еще одна проблема, которую необходимо преодолеть – это проблема соотношения гражданских ценностей и социальной активности молодежи, которая заключается в том, что молодые люди не всегда помогают обществу, рядовому гражданину без материального или иного вознаграждения. Молодежь знает в чем заключается суть волонтерского движения, но принимать участие в нем не имеет желания.

Для того чтобы молодежь направляла свою энергию в нужное русло, для воспитания у нее гражданских качеств, целесообразно предоставлять возможность молодым людям участвовать в выработке важных управленческих решений, разработке правовых, нормативных актов по улучшению ситуации в обществе; создать необходимые условия для реализации молодежных идей и проектов, обеспечивая их организационно и материально; поддержать молодежь, которая оказалась в тяжелых жизненных ситуациях; наладить диалог культур и религий между молодыми людьми; социализировать инвалидов молодого возраста.

Все это приведет к повышению уровня участия молодежи в общественно-политической жизни, к консолидации молодежного

движения, к правовой и гражданской культуры и формирование активной гражданской позиции.

Общественно-политическая активность молодежи в значительной степени может реализовываться через участие в деятельности общественных организаций и массовых объединений. Общественные молодежные и детские объединения постепенно укрепляются, расширяются, превращаясь в неотъемлемую составляющую структур самоорганизации общества. Молодежное движение все активнее заявляет о себе в алгоритме общественной жизни страны как инструмент формирования и реализации молодежной политики, осуществляется как в интересах молодых граждан, так и общества в целом.

Моделей молодежной политики существует много, но со всеми своими отличиями они все же более или менее повторяются. Выделяются две модели государственной молодежной политики. Одна из них (условно говоря, «модель Швеции») характеризуется достаточно активным вмешательством государства в дела общества и молодежи, вторая (неоконсервативная «модель США») заключается в том, что первоочередное внимание государства направлена на социально незащищенные и «неблагополучные» группы молодежи. Отдельно могут выделяться особенности государственной молодежной политики в Беларуси, Испании, Молдове, Германии, Нидерландах, Португалии, России, Словакии, Чехии, Финляндии и других странах.

Как показывает опыт, государственная молодежная политика только тогда может быть результативной, когда она является специфическим приоритетным направлением в деятельности государства, всех его органов и структур и осуществляется в интересах как молодого человека, так и общества в целом. Без такой приоритетности не будет должной связи между поколениями, их преемственности.

При разработке молодежной политики необходимо учитывать тот фактор что молодежь никогда не была однородной и что она отличается по уровню образования, профессиональной подготовки, ценностных ориентаций, социальной активностью, степени участия в политических и других общественных процессах. Государственная молодежная политика является тем своеобразным механизмом, благодаря которому государство, а также партии, общественные объединения, организации, движения, социальные институты вступают во взаимоотношения с молодежью, способствуют (или препятствуют) удовлетворению интересов, запросов и потребностей молодых людей.

Объективным и субъективным фактором молодежной политики, обязательным условием поступательного развития общества является сама молодежь, развитое молодежное движение. Ведь именно через молодежь и ее организации государство, его институты могут

максимально способствовать удовлетворению запросов и потребностей всего молодого поколения. И поэтому, образно говоря, молодежных организаций и объединений должно быть столько, сколько групповых молодежных интересов.

Формирование государственной молодежной политики в любой стране осуществляется в условиях политического плюрализма. Вполне понятно, что ни одна из партий или организаций не может обойтись без молодежи, а собственно, без влияния на нее. Это означает, что функции государства и политических партий или организаций в отношении молодежи, молодежной политики существенно различаются. Государство призвано создавать условия для социального старта молодежи, ее самореализации в обществе.

Чтобы гражданская и политическая социализация охватывала все группы молодежи, снимая возможные противоречия внутри отдельных социальных групп и объединяя всех молодых людей на основании положительных гражданских интересов и ценностей, необходимо проводить соответствующую государственную молодежную политику, которая бы ориентировалась как на решение проблем социально незащищенных и «неблагополучных» групп молодежи с участием молодежных общественных организаций, так и на поддержку политически активной молодежи в разных формах – от финансовой, организационной до идеологической.

Для поддержки молодежи как субъекта гражданского общества и повышение ее роли в трансформации общества, необходима активная государственная поддержка и соответствующая молодежная политика.

Это означает, что государственная молодежная политика может быть эффективной при условиях: глубокого анализа мировоззрения и взглядов молодежи, предоставление права и привлечение молодежи к непосредственному участию в формировании и реализации политики и программ, касающихся общества в целом и молодежи в отдельности, обеспечение правовой и социальной защиты несовершеннолетних из социально незащищенных групп для их полноценного социального становления и развития, содействие инициативе и активности молодежи во всех сферах жизнедеятельности общества.

Государственная политика в отношении молодежи должна быть направлена на приумножение ее интеллектуального потенциала, дальнейшее развитие национальных научно-образовательных традиций, всестороннее воспитание и комплексную подготовку высококвалифицированных специалистов, способных эффективно работать в новых социально-политических условиях.

Список литературы

1. Ховрин, А.Ю. Социальное партнерство в управлении молодежной политикой: оценки молодежной группы / А.Ю. Ховрин // Социально-гуманитарные знания. – 2010. – №4. – С. 143-170.
2. Карнаух, А. Проблеми молодіжної політики в Україні / А. Карнаух // Політичний менеджмент. – 2005. – №4. – С. 63-69.
3. Агєєва, О.Л. Характеристика основних складових щодо розробки та практичного здійснення державної молодіжної політики / Агєєва О. Л. // Історія та сучасність: погляди крізь віки : VII Міжнародна конференція студентів., аспірантів та молодих вчених присвяченої 70-річчю ДНУ Історичні і політологічні дослідження. – 2007. – №314(33/34).
4. Молдован, А. Украинская молодежь: политическая сила или политический инструмент [Электронный ресурс] / А. Молдован // Режим доступа : http://dialogs.org.ua/project_ua_full.php?m_id=

УДК 339.138

Е. И. Репина (Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

О РАЦИОНАЛИЗАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

Рациональное постепенно охватывает общество, проникая в различные сферы жизнедеятельности людей. Особенно интенсивное насыщение рациональностью можно заметить в молодежной среде. Являясь основным потребителем новых технологий и предоставляемых ими возможностей, молодежь является той социальной группой, которая испытывает на себе процессы рационализации, всё более идущие в направлении технологизации человека и социальной действительности.

Вопрос о природе рациональности и ее значения в системе жизнедеятельности человека выходит за рамки сугубо научного, теоретического познания, поскольку фактически рациональность охватывает не только рациональные формы сознания и познания человеком окружающего мира, но и практическую сторону жизни человека – его поведение, выбор, ценностные ориентации, мнения, способы общения.

Анализ такого явления, как рационализация общественного мнения в молодежной среде, дает возможность выяснить, в каких случаях доминирует умение молодежи самостоятельно мыслить и оценивать те или иные события в их жизни, а также расширять границы своей активности, а в каких преобладает инерция, некритическое принятие стандартов мышления и поведения [6, с. 10].

Более того, изучение присущих молодежи типов рациональности и процессов рационализации помогает понять социокультурную систему ценностей, ориентиров и отношений молодых людей, позволяющую им освоить все богатство социальной реальности, «включиться» в

различные сферы общественной жизни, достичь относительно устойчивого положения в социально – стратификационной структуре общества, а также осознать свою принадлежность к определенным социальным группам.

Довольно часто проблема рационализации общественного мнения как формы общественного сознания идентифицируется с проблемой установления ее точных критериев, компонентов, входящих в ее состав, рамок или границ ее научного познания. В действительности, в современной литературе имеет место некоторое размывание определения социальной рациональности.

В классической социологии рациональность рассматривается как «выбор логически обоснованных средств достижения целей». Рационализация, по мнению Макса Вебера, - это «мышление, характеризующееся универсальностью правил и дедуктивным выведением из них частных регуляций» [6, с. 10].

«Считается, что рационализация жизнедеятельности - это магистральный путь цивилизационного развития и что этот процесс идет спонтанно и постепенно охватывает все общество и все сферы деятельности. Однако такое представление не отражает сущностные черты сознательного развития общества, т.к. рационализация - это противоречивый процесс, имеющий многообразные формы, культурную специфику и неоднозначность», - к такому выводу приходит Р. Т. Убайдуллаева в своем исследовании «О социальной рациональности и ее типах» [6, с. 10].

Другой взгляд на проблему рационализации сознания высказывают исследователи Бандурины. Они связывают социальную рациональность с рациональным выбором (в контексте теории рационального выбора) и рациональным действием, а также функционированием и передачей рационального содержания всех видов знания в социальных коммуникациях российской повседневности. Они полагают, что от наличия рациональности в социальных действиях зависит во многом успех развития современного общества [1].

Нередко феномен рационализации упоминается в одном контексте с такими понятиями, как «рациональность» и «рационализм». Довольно полно взаимосвязь данных явлений была изучена Д. В. Анкиным в работе «Рациональность и рационализация в философском дискурсе».

Опираясь на обширный эмпирический материал по проблеме рационализации общественного сознания и сознания молодежи в частности, следует подчеркнуть, что процессы рационализации общественного мнения молодежи в отношении ключевых явлений общественной жизни носят противоречивый, неоднозначный, многомерный характер ввиду многоаспектного, нелинейного, противоречивого характера самой социальной действительности.

С одной стороны, важную роль в формировании молодежных суждений и отношений играет межпоколенное взаимодействие, авторитет рода, семьи, с другой, возрастает влияние социального сообщества и малых социальных групп. С одной стороны, процессы шоковой коммерциализации общественной жизни разрушают в глазах молодежи престиж профессионализма и внедряют тягу к «легкому» заработку, с другой, ввиду открывавшихся свобод и перспектив молодежь все же стремится к социальному, личностному и профессиональному становлению. Испытывая влияние одновременно нескольких источников социализации – социальной системы, включая семью, школу, источники дополнительного образования, и «стихийной» системы, куда можно отнести «улицу», молодежные субкультуры, подростковые компании, молодежь все же способна к самовоспитанию личности и принятию рациональных решений [2].

Многие исследования показывают, что российская молодежь отличается крайней противоречивостью, сочетая в себе как негативные, так и позитивные тенденции. Поиск нравственных идеалов и жизненных ценностей нередко дополняется отрицанием нравственных норм и бездуховностью, культом жестокости и насилия, преступностью и алкоголизмом. Однако, следует упомянуть и о положительных чертах развития молодежной среды. Рост независимости и самостоятельности, необходимость рассчитывать только на собственные силы, замена патерналистских, иждивенческих настроений установками на собственную активность и инициативность, - все это можно отнести к факторам формирования прагматичного, рационального, критического отношения молодежи к реалиям российского общества [2].

Несмотря на неоднородность и противоречивость развития молодежной среды, можно утверждать о заложении неких определенных основ рационального отношения молодежи к окружающей действительности.

Рациональное (относящееся к разуму (рассудку), установленное и обоснованное им, проистекающее из него, доступное его пониманию) [5, с. 3] отношение к миру, в первую очередь, предполагает стремление к эффективности и успешности действий и связанному с этим целенаправленному характеру деятельности.

Кроме того, обязательным условием рациональной деятельности и рационального отношения к миру выступает осознанный поиск и анализ молодежью своих жизненных позиций относительно той реальности, в которой они, собственно говоря, и находятся. «Ученые писали о том, что молодежь не стала апатичной, просто ее «активность» выражается в новых формах, свою энергию они направляют на развитие индивидуальных стилей, которые порождены влиянием идей антиглобализма, феминизма и движения за мир», - пишет Е. Л.

Омельченко в своей работе «Молодежный активизм в России и глобальные трансформации его смысла» [3, с. 63].

Еще одним проявлением рационального в сознании российской молодежи является их критичное отношение к реальности, опыту поколений и самим себе. По данным опроса молодежи России, считают себя представителями поколения: надежд - 31,0% романтического - 21,2%, прагматичного - 16,3%, скептического - 14,3%, циничного - 11,3%, протестующего - 8,5%, равнодушного - 8,4%, потерянного - 3,9%, отчаявшегося - 2,5%, «новых русских» - 1,0% [2].

Пора взросления, самоутверждения личности молодого человека довольно часто сопровождается отрицанием и критикой прошлого опыта. Самоутверждение молодого поколения через отрицание может иметь как позитивные, так и негативные последствия. «В российском обществе позитивным моментом явилось отрицание большинством молодого поколения устаревших, отживших ценностей и отношений, характерных для эпохи административного социализма, хотя, как показывает опыт, не преодолен до конца риск воспроизводства этих отношений в новых условиях. С другой стороны, бездумное отрицание прошлого приводит к разрушению исторического сознания молодого поколения, к ценностно-нормативной неопределенности, к риску деформации идентичности», - высказывают свое мнение по проблеме критичного отношения молодежи к межпоколенному взаимодействию группа исследователей в работе «Молодежь в обществе риска» [7, с. 51].

Также рациональное отношение к действительности подразумевает учет требований реальности и последующая адаптация к ним. Кардинальные общественные изменения в российском обществе в конце 20 века актуализировали для молодежи проблемы, с которыми столкнулось все зрелое население России, а именно - необходимость постоянной адаптации к изменениям для последующей гармоничной интеграции в постоянно меняющееся общество.

Среди современных техник адаптации, отличных от советских образцов, Е. Л. Омельченко называет следующие: «индивидуализм как стержень «самостроительства» ценностного мира приходит на смену коллективизму; склонность к сверхмобильности и риску – на смену стабильности; стремление к получению разнообразного трудового опыта – на смену стажа на одном рабочем месте; престиж работы в негосударственных, коммерческих и общественных структурах – на смену государственным гарантиям бюджетной сферы; рыночный карьеризм – на смену партийно – бюрократическому; потребление как использование товаров, услуг и идей для самореализации и самопрезентации; доминирование материальных ценностей над идеологическими; профессиональный статус, качественное образование и материальное благополучие как маркеры социального успеха; деньги

как прямой эквивалент свободы и независимости; индивидуальная стилистика вместо воспитания коллектива» [3, с. 76].

Наконец, рациональное отношение молодежи к окружающей действительности выражается в обретении свободы выбора целей, видов деятельности, ориентиров, моделей поведения, ценностей и т. д. [4, с. 225].

В завершении следует подчеркнуть, что можно со всей очевидностью констатировать наличие все возрастающей способности молодежи осуществлять рациональный выбор, который, однако, не всегда приводит к желаемым рационально объяснимым результатам, проявляющимся в повседневной деятельности молодежи.

В связи с этим встает вопрос о последствиях рационализации для современного поколения молодежи.

С одной стороны, наблюдается своеобразный «перекос», когда в тени рационального содержания оказывается социокультурное смысловое освоение всего богатства социальности. Проявляется это, например, в стремлении молодежи осуществлять контакты преимущественно через Интернет. Также можно отметить технологизацию морали, которая проявляется в отрицании многих традиционных ценностей; обезличивание, превращение подростков в некие абстрактные типажи; вытеснение идеалов живого общения и духовного начала.

К позитивным последствиям рационализации можно отнести более логичное, «трезвое» отношение к действительности; тщательное обдумывание поступков и действий перед их совершением и, следовательно, получение в процессе деятельности ожидаемых результатов; формирование более гибкого и динамичного мышления, рефлексивности, обоснованности знаний; стремление к созданию «разумного общества», которое опирается на науку, рациональные процедуры во всех сферах общественной жизни, прозрачный, доступный для изменения социальный мир.

Таким образом, можно отметить постепенное наполнение рациональностью действий и деятельности в молодежной среде. Необходимо стремиться, чтобы процессы рационализации носили социальный характер, то есть были ориентированы на коллектив, межличностные отношения, утверждение ценностей живого общения и связаны с понятиями справедливости, прав и свобод.

Список литературы

1. Бандурин, А. П. Социальная рациональность в знаниевом контексте повседневности современного общества / А. П. Бандурин, В. А. Бандурин // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. □2015. □ №3 - 1. □С. 13 - 17.

2. Лисовский, В. Т. Социальные изменения в молодежной среде / В. Т. Лисовский // Теоретический журнал «Credo new». – 2002. □ №1. – Режим доступа: <http://credonew.ru/content/view/260/54/>. – (дата обращения: 17.02.2016).

3. Омельченко, Е. Л. Молодежный активизм в России и глобальные трансформации его смысла / Е. Л. Омельченко // Журнал исследования социальной политики. – 2005. – Т. 3, №1. – С. 59 – 86.

4. Попов, В. В. Теория рациональности (неклассический и постнеклассический подходы): учебное пособие / В. В. Попов, Б. С. Щеглов. – Ростов -н/Д.: Изд - во Ростовского ун-та, 2006. – 268 с.

5. Рассадина, Т. А. Рационализация как фактор социокультурных изменений / Т.А.Рассадина. – Пенза, 2004. – С. 3 – 5.

6. Убайдуллаева, Р. Т. О социальной рациональности и ее типах / Р. Т. Убайдуллаева // Социологические исследования. – 2013. □ №11. – С. 10 – 17.

7. Чупров, В. И. Молодежь в обществе риска / В. И., Чупров, Ю. А. Зубок, К. Уильямс. – М. : Наука, 2003. – 160 с.

УДК 339.138

Т.В. Ключева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

МОДЕРНИЗАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ИНТЕЛЛИГЕНЦИИ РЕГИОНА

В последнее время в российской общественной мысли все большее внимание уделяется вопросам модернизации. Однако интенсификация развития общества предполагает не только и не столько введение технических новшеств, но и развитие нового, инновационного сознания. В данном направлении особенное значение приобретает сфера интеллектуального труда и интеллигенция как носитель и транслятор культурного капитала общества.

При этом удельный вес работников с высшим профессиональным образованием в занятом населении продолжает расти. Во многом это результат изменений в системе образования: За последние 25 лет система высшего образования заметно «прибавила» в объеме: контингент студентов вузов с 1990 к 2014 году удвоился, со 190 до 393 увеличилось число студентов на 10 000 населения, в 1990-е годы прошел стремительный рост числа вузов, прежде всего за счет открытия коммерческих учреждений [1, 13]. Но количественный рост не ведет автоматически к улучшению качества образования, напротив, объективную опасность представляет «массовизация» и снижение качества высшего образования в таких условиях.

В этих условиях усложняется внутренняя структура интеллигенции как группы, усиливается ее внутренняя дифференциация. Ценности, нормы и установки интеллигенции – группы, потенциально способной на

трансляцию инновационной культуры за годы реформ в обществе подверглись существенной трансформации, и сегодня позиции данной группы требуют особого социологического осмысления.

Цель данной статьи – теоретически и эмпирически проанализировать потенциал современной интеллигенции в модернизационном аспекте.

Обосновывая идеи поступательного развития, Т. И. Заславская основным источником модернизации видит совершенствование человеческого потенциала социума в целом и конкретных социальных групп. «Для стран, находящихся в процессе глубоких социально-структурных преобразований, контроль динамики всех компонентов человеческого потенциала представляет особую важность», поскольку «терминальной целью любых модернизационных реформ является создание социальных условий для наращивания и эффективного использования человеческого капитала» [2, 14]. В ходе адаптации к рыночным реформам социально-профессиональные группы должны научиться эффективно использовать социально-экономические ресурсы (новые технологии технического прогресса, кадровую политику, механизмы оплаты труда) и социокультурный капитал (повышение образования и квалификации, учет интересов и ценностей).

Особую роль, по мнению Т. И. Заславской, в успехе модернизации играет инновационно-деятельностный компонент человеческого потенциала. Отказаться от старых норм и привычек должны помочь такие ресурсы как деловая активность, предприимчивость, инициатива и творческая энергия. Все компоненты человеческого потенциала взаимосвязаны; это, как считает Заславская, ведет к углублению негативной тенденции в процессах адаптации. «Ослабление здоровья широких масс населения, усталость, раздражение, обнищание, страх перед будущим сдерживают рост инновационной активности», а значит, создают препятствия на пути осуществления важнейшей функции социальной адаптации – освоение новых ролей и включение в новые отношения [2, 22]. Это существенно ограничивает модернизационный потенциал.

Тем не менее, мы считаем, что интеллигенция в новых условиях имеет потенциал, для того, чтобы выступать в качестве «актива» модернизации, исполняя свое основное назначение – выступать от имени общества, используя при этом различные способы трансляции ценностей. В рамках этой деятельности интеллигенция (в том числе, гуманитарная ее часть) имеет потенциал для выполнения следующих социокультурных и социально-политических функций. Интегративная функция: объединение социальных групп, аудиторий, на основе сходных оценок актуальных проблем. Общественное мнение выступает посредником между индивидуальными мнениями, а интеллигенция – ядром его формирования. Регулятивная функция принуждает отдельных

индивидов и их социальные группы к определенному восприятию норм, событий и фактов. Социализирующая функция тесно связана с процессом самой социальной адаптации к условиям реформ и смены технологического и социального уклада. Трансляция культуры является предметом профессиональной деятельности представителей интеллигенции, благодаря своему культурно-профессиональному потенциалу именно гуманитарная интеллигенция способна на это в первую очередь.

Несмотря на то, что особая роль интеллигенции в обществе сейчас не особенно заметна, она не утратила шансы на ее реализацию. Напротив, модернизация российского общества, объявленная в конце первого десятилетия XXI века, должна начинаться «снизу» – через овладение умами наиболее подготовленной части общества и далее через формирование нового типа мышления в широких группах специалистов. Это прямое назначение гуманитарной интеллигенции, отвечающей за духовное воспроизводство общества на каждом конкретном этапе его развития. Все модернизации социально-экономического характера, происходившие в России в предшествовавшие периоды – петровские реформы XVIII века, сталинская индустриализация XX века, перестройка и реформы 1990-х гг. – были преобразованиями, осуществлявшимися «сверху», неорганического характера. Они преследовали цель догнать передовые страны, но начинались не с изменения общественного сознания, а с мобилизационных, «шоковых» реформ в экономике и политике. Сейчас есть возможность инициировать «органическую» модернизацию, с вовлечением широких слоев населения.

При этом существуют значительные ограничения в формировании общественной активности в целом. Согласно проведенным в регионе исследованиям, лишь около трети населения считает себя активными членами общества. При этом даже на корпоративном уровне – в своих организациях и предприятиях себя активными могут назвать чуть более половины занятых [3, 83]. На рабочих местах больше возможностей участвовать в общественной жизни компании, но работники с опаской относятся к подобным мероприятиям, так как это требует затрат дополнительных усилий, может негативно сказаться на моральном и физическом самочувствии.

На практике установки интеллигенции относительно модернизации реализуются через традиционные, модернистские и нейтральные стратегии поведения. Среди предложенных в опросе моделей профессионального и социально-экономического поведения часть относится к традиционным – смена места работы, поиск дополнительных внешних и внутренних заработков, выращивание сельхозпродукции на даче; часть к модернистским – смена сферы деятельности, дополнительное образование, повышение квалификации,

открытие собственного дела. Отсутствие каких-либо мер следует отнести к нейтральному поведению (таблица 1).

Таблица 1 – Адаптационные стратегии интеллигенции
(в %, n = 1150)

Приходилось ли Вам в течение последних 5 лет ...	Вся интеллигенция	Тех. интеллигенция	Общее образование	Высш. образование, наука	Библ. дело	Культура, искусство	Здравоохран., соц. обесп.
Менять работу (без смены сферы работы)	14	20	6	18	9	15	13
Менять сферу деятельности	12	16	6	17	13	21	4
Брать доп.нагрузку по месту работы	28	15	35	35	26	24	37
Искать доп. заработка	22	18	21	24	29	30	22
Получать доп. образование	11	9	8	16	4	8	20
Повышать квалификацию	31	15	37	34	20	20	49
Открывать собственный бизнес	2	8	1	1	1	1	3
Выращивать больше овощей и фруктов	5	3	11	3	7	3	4
Нейтральные стратегии	13	17	11	2	20	27	15
Традиционные стратегии	45	35	52	50	55	43	43
Модернистские стратегии	42	48	37	41	25	30	42

Группировка ответов позволила выявить следующие закономерности. В среднем только восьмая часть (13%) интеллигенции региона в последние пять лет придерживалась нейтральной стратегии, т.е. ничего не делала, чтобы улучшить свое положение. Таких специалистов больше среди работников библиотек и учреждений культуры – 20-27%.

Традиционные стратегии, основанные на патерналистских настроениях, примерно уравновешены с модернистскими (опора на собственную инициативу). В среднем традиционные стратегии используют 45%, а модернистские – 42%. Преобладание традиционных

стратегий наблюдается в сферах библиотечного дела и школьного образования.

В современной ситуации интеллигенция оказалась в неоднозначном положении. С одной стороны, в профессиональной деятельности важно, чтобы использовались стабильные социальные практики, которые уже проверены временем. С другой стороны, применяя только данные тактики и стратегии сложно занять более высокое социальное положение и соответствовать изменяющимся требованиям профессиональной деятельности. Поиск новых сфер применения знаний, попытка открытия собственного дела, получение дополнительного образования неприемлемы для большинства представителей разных групп гуманитарной интеллигенции. Это ведет к снижению профессионального статуса представителей данной социальной группы. В этом заключается сложность позиции гуманитариев в современном обществе: полный переход на модернистские стратегии приведет к ликвидации гуманитарной интеллигенции как отдельной общности с особой социальной ролью, гражданской позицией и превращению ее в интеллектуалов. Использование только традиционных и нейтральных стратегий не ведет к радикальному улучшению социально-экономических позиций группы, а положение аутсайдера в экономическом измерении, наличие значительных материальных затруднений приводит к снижению социальной активности, концентрации на решении текущих проблем.

Более свободны в реализации адаптационных стратегий жители крупных городов; сотрудники учреждений высшего образования и здравоохранения. Дополнительная работа по совместительству используется во всех типах населенных пунктов.

Особенно интересны позиции новых поколений российской интеллигенции – студенческой молодежи. Особая общественная активность специалистов с высшим образованием наблюдалась в 1990-е годы, в период реформ, но к началу XXI века формируется адаптивная усталость интеллигенции, происходит ее департизация и общее снижение социально-политической активности. Спаду социально-политической активности образованного электората способствовала двойственность избирательной системы, которая, с одной стороны, способствовала развитию демократических начал в стране, с другой, – формировала монополю на рынке политических идей и услуг [4, 22]. Это стимулировало социально-политическую апатию и студенческой молодежи.

Таким образом, «точками роста» в формировании модернизационного потенциала интеллигенции выступают следующие нормативно-регулятивные и личностные средства: образование, характер деятельности, мотивационно-волевые качества, творческий потенциал, включенность в социальную сеть и профессиональные

объединения. Распоряжение этими ресурсами с определенными приоритетами предполагает разные стратегии поведения. Однако в современных условиях есть ряд ограничений для реализации модернизационного потенциала: использование всех ресурсов с расчетом на продолжительный срок предполагает затратную стратегию поведения – длительный период потребует постоянного привлечения новых психофизиологических, информационных, интеллектуальных и временных ресурсов. Также «барьерами» общественной, модернизационной активности интеллигенции выступают поколенческие различия, отчужденность от средств массовой информации, каналов коммуникации, локализация идентичности на уровне профессионального сообщества, концентрация собственной активности на решении личных и бытовых проблем.

Список литературы

1. Заславская, Т. И. Человеческий потенциал в современном трансформационном процессе / Т. И. Заславская // *Общественные науки и современность*. – 2005. – №4. – С. 13-25.
2. Шиняева О.В. Диалог власти и населения в контексте формирования гражданского общества / О.В.Шиняева, Л.Х. Каюмова // *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки*. – 2014. – №1. – С. 80-90.

УДК 339.138

Е.В. Щанина (Пенза, Пензенский государственный университет, к.с.н., доцент)

СОЦИАЛЬНОЕ САМОЧУВСТВИЕ И ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ¹

Одним из важнейших социальных показателей, в котором отражаются происходящие в обществе социальные изменения, является социальное самочувствие человека. Благодаря ему имеется возможность оценить эффективность политического руководства, реализации социально-экономической политики как на уровне государства так и на уровне региона, города, т.е. любого территориального пространства.

Социальное самочувствие человека является мотивом поведения, поэтому может быть выражено в различных формах активности или пассивности личности. Это особенно актуально в отношении социального самочувствия пожилых людей, так как пожилые люди,

¹Статья подготовлена в рамках реализации гранта РГНФ № 15-03-00382 а. «Консолидация различных социальных слоев и групп полиэтнических регионов Поволжья на основе общекультурных норм и единых ценностных приоритетов в условиях современной России».

имеющие богатый жизненный опыт, являющиеся носителями истории нашей страны, культуры, непосредственно участвуя в воспитании более молодых поколений, оказывают влияние на формирование их ценностных ориентаций, гражданской идентичности.

Социальное самочувствие, с одной стороны, безусловно, играет большую роль в жизни и деятельности людей. С другой – оно представляет сложный и неоднозначно интерпретируемый различными учеными, научными школами, отраслями знаний феномен социальной реальности. В истории развития представлений о нем существует множество подходов, выявление которых позволяет правильно понять и осмыслить его значение, сущность и содержание, особенности зарождения и функционирования.

Существуют различные подходы к характеристике сущности категории «социальное самочувствие».

А.Л. Стризов выделяет следующие виды функционирования социальных субъектов в зависимости от их отношений к окружающей среде и происходящих в ней изменений: реактивный (пассивный ответ на внешнее воздействие среды); адаптивный (приспособительном); активный (стремлении реализовать собственные цели, преобразуя тем самым среду). Следовательно структура параметров, рассматривающих социальное самочувствие опирается на показатели, описывающие идентичность субъекта (приоритетные для него потребности, интересы, ценности и меру их удовлетворения), его адаптацию к условиям существования, степень, характер и направленность его социальной активности [0, с. 214].

Я.Н. Крупец [0] определяют их как адаптивно-оценочные, через выявление: внутреннего состояния человека (состояния его здоровья, настроения, испытываемых чувств: счастья, оптимизма); его оценки внешних условий (восприятие ситуации в стране и времени, в котором человеку приходится жить); восприятия собственного положения в новых условиях.

О.В. Лясковская анализирует динамику факторной структуры социального самочувствия населения [0]. По ее мнению, самочувствие зависит: от здоровья, обустроенности семьи, жизни и быта, от характера и качества включенности в социальную жизнь во всех ее сферах, от степени удовлетворенности социальными благами, доступными для пользования, а также от восприятия и отношения к вышеназванным и другим факторам.

В концепции Т.Б. Сергеевой [0] факторами социального самочувствия выступают социокультурная активность; способность к интеллектуализации личной деятельности; способность к идентифицированию себя с элементарной и кумулятивной группой; способность личности ощущать свободу в покое; способность к самоорганизации и организации взаимодействия с социумом;

способность к критическому мышлению; способность к самоанализу; способность испытывать чувство доверия к другим и др.

В концепции адаптивной составляющей социального самочувствия населения, сформулирован обобщающий индекс социального самочувствия, являющийся достаточно чувствительным индикатором массовых настроений, репрезентирующих социально-экономические изменения и связанные с ними глубокие и динамичные перемены в жизни россиян. Согласно данному подходу, социальная адаптация это процесс активного приспособления индивида к условиям новой социальной среды, а также – результат этого процесса. Показателями социальной адаптации населения в контексте социального самочувствия выступают: показатели степени уверенности населения в завтрашнем дне; показатели материальной обеспеченности населения; показатели активной социальной адаптации. К числу субъективных критериев социальной адаптации относятся: степень социальной адаптации; степень социального оптимизма; потребительскую самоидентификацию; общее физическое самочувствие; общее эмоциональное состояние; эмоциональное состояние от мыслей о положении дел в стране и в регионе. Объективными критериями социальной адаптации выступают: оценка уровня дохода, удовлетворенность получаемыми доходами, возможность делать денежные сбережения, зависимость материального положения от личности или обстоятельств, оценка прошлого материального благосостояния, оценка сегодняшнего материального благосостояния, оценка прогнозируемого материального благосостояния, включенность в современный образ жизни.

Индекс социального самочувствия П.М. Козырева [0, с. 35] представляет в качестве взаимосвязанных трех компонентов: индекс удовлетворенности и стабильности существования, индекс статусно-престижной идентичности (самооценки), индекс самооценки состояния здоровья.

В связи с исследованием адаптации пожилых людей в контексте современной действительности, при изучении социального самочувствия пенсионеров Н.Г. Ковалева [0] рассматривает, в частности, такие аспекты, как ценностная система, социальные стереотипы старости, отношение к новым условиям бытия (восприятие социальных перемен в стране). Такой подход позволяет понять содержание и направленность «ценностного кризиса» старшего поколения, выйти на проблемы его взаимоотношений с обществом.

Таким образом, социальное самочувствие рассматривает как результат самоидентификации [0; 0], удовлетворённости различными сторонами жизни индивида [0; 0], влияния ценностных установок [0], как обобщённую эмоционально-оценочную реакцию [0], как интегральный показатель адаптированности населения к реформам [0]. Специфика

этого феномена состоит в том, что он отражает и оценивает действительность, реальность, исходя из содержания интересов людей, их целей, идеалов и ожиданий. Действительность, отраженная через социальное самочувствие, детерминирует и деятельность людей, и их переживания при этом. Именно поэтому социальное самочувствие участвует в урегулировании как действий и настроений отдельных людей, так и поведения и состояния социальных групп, общественных институтов.

В рамках работы над научно-исследовательским проектом РГНФ «Консолидация различных социальных слоев и групп полиэтнических регионов Поволжья на основе общекультурных норм и единых ценностных приоритетов в условиях современной России», проект №15-03-00382 а в 2015-2016 году было проведено исследование, одним из аспектов которого явилось изучение социального самочувствия различных социальных групп и слоев населения. В ходе исследования было опрошено по квотной выборке 1780 человек (в т. ч. 661 человек в возрасте старше 55 лет), проживающих в Пензенской, Саратовской и Ульяновской областях.

Особое внимание в исследовании уделено такой социальной группе как пожилые люди. Объяснением этому является то, что современные пожилые люди являются важнейшим элементом социальной структуры российского общества, поскольку их поведение, социальные установки, экономическое положение, а также темпы роста данной социально-возрастной группы оказывают влияние на социальные, экономические и политические процессы в обществе, на взаимодействие различных социальных институтов и жизнедеятельность общества в целом. Так же, изучение особенностей жизнедеятельности пожилых людей в современном обществе необходимо, поскольку полученные данные позволят направленно изменить условия, образ их жизни таким образом, чтобы способствовать их оптимальному функционированию и благоприятному социальному самочувствию в современном обществе.

В своем исследовании мы определяем социальное самочувствие через удовлетворённость пожилыми людьми различными сторонами жизни, т.е. социальное самочувствие выступает показателем адаптированности пожилых людей к социальной реальности.

Наступление пенсионного возраста, выход на пенсию, окончание профессиональной деятельности в большинстве случаев связаны с различными изменениями условий жизни (изменение социального статуса, физических возможностей, экономических условий жизни и т. д.), а также со значительными изменениями образа жизни. Среди положительных моментов данного этапа жизни человека можно выделить: наличие большего количества свободного времени, возможность свободно заниматься любимым делом, отдыхать.

В результате чего полностью перестраивается поведение человека, изменяются его отношения с окружающими людьми, переосмысливаются ценности, отношение к действительности.

Результаты исследования показали, что первоочередными ценностями для большинства опрошенных пожилых людей являются:

семья, дети, внуки (57%), материальное благополучие (48%), интересная работа (47%), уважение окружающих (46%).[0]

Исследование показало, что большинство пенсионеров достаточно самостоятельны в решении насущных проблем – 45% респондентов решают свои проблемы самостоятельно, не прибегая к помощи окружающих; 52% - обращаются к помощи родных, близких, друзей и лишь 2% ждут помощь от государственных органов. Полученные результаты дают возможность говорить об уровне социального доверия среди людей пенсионного возраста. Среди опрошенных респондентов 52% (каждый второй) считают, что большинству людей можно доверять, 42% - нельзя доверять, остальные не смогли определиться с ответом. Более детальный анализ позволил выявить, что 97% респондентов пожилого возраста доверяют членам семьи, 92% - друзьям, 74% - коллегам по работе, 66% - соседям, 65% - Правительству России. В то время как не доверяют представителям местной власти(56%), представителям региональной власти (53%), СМИ (52%), судьям (50%)[0].

Прекращение работы в связи с выходом на пенсию почти всегда влечет существенное изменение статуса и материального положения. Так, исследование показало, что 59% респондентов пенсионного возраста не удовлетворены своим материальным положением. В связи с этим после выхода на пенсию люди продолжают работать. Однако продолжение трудовой деятельности, наличие подработок не всегда гарантирует хорошее материальное положение, так каждый третий (29% респондентов пенсионного возраста) живет от зарплаты до зарплаты, покупая самое необходимое. В целом, оценивая свой семейный бюджет, 54% респондентов пожилого возраста отметили, что денег в основном хватает, но для покупки дорогих товаров, одежды пользуются кредитом или берут в долг. В этой связи следует отметить, что низкий уровень материального благосостояния (или его снижение) приводит к тому, что ухудшается качество питания, обеспеченность одеждой, возможности для проведения досуга и т. д.

Результаты исследования показали, что за последние 3-4 года 16% респондентов, достигших пенсионного возраста, смогли улучшить жилищные условия, 12% - повысить уровень своего материального благосостояния, в то время как практически каждому второму (46% респондентов) ничего существенного добиться не удалось.

Среди факторов влияющих на социальное самочувствие людей пожилого возраста можно выделить социальное равенство/неравенство

в обществе. Так результаты исследования показали, что 60% респондентов испытывают неравенство в получении медицинских услуг, 48% респондентов испытывают неравенство в оплате труда.

Оптимизация социального самочувствия пожилых людей предполагает создание позитивного экономического и социально-психологического пространства жизнедеятельности, суть которого состоит в сочетании материальной поддержки и посильной социальной активности. Эта активность может стимулироваться через оказание адресной и дифференцированной социальной поддержки участия людей пожилого возраста в различных объединениях, клубах, ассоциациях. Это способствует удовлетворению значимых для них мотивов и потребностей, общению, взаимопомощи.

Список литературы

1. Володин, Г.А. Социальное самочувствие жителей Донецка [Электронный ресурс] / Г.А. Володин. – Режим доступа: <http://www.diac.dn.ua>

2. Давыдова, Е.В. Измерение социального самочувствия молодежи / Е.В. Давыдова. – М.: Институт социологии РАН, 1992. – 102 с.

3. Ковалева Н.Г. Пожилые люди: социальное самочувствие // Социологические исследования. – 2001. – № 7. – С. 73–79.

4. Козырева, П.М. Социальная адаптация населения России в постсоветский период // Социологические исследования. – 2011. – № 6.

5. Крупец, Я.Н. Социальное самочувствие как интегральный показатель адаптированности / Я.Н. Крупец // Социс. – 2003. – № 4. – С. 143-150.

6. Лясковская, О.В. Совершенствование мониторинга социального самочувствия в системе управления качеством жизни: дис. ... канд. соц. наук. Орел, 2007 ; Лясковская О.В., Шуметов В.Г. Методология анализа динамики факторной структуры социального самочувствия населения по данным социологических исследований // Образование и общество. – 2001. – № 2 (8).

7. Орлова, Л.А. О социальном самочувствии учителей Московской области / Л.А. Орлова // Социс. – 1998. – № 8. – С. 90-97.

8. Сергеева Т.Б. Генезис и факторы социального самочувствия // Социальное самочувствие населения в современной России. – Ростов н/Д, 2010. – С. 190–191

9. Стризое, А.Л. Социальное самочувствие: между реформистским проектом и здравым смыслом // Социальное самочувствие населения в современной России. – Ростов н/Д, 2010.

10. Тощенко, Ж.Т. Социальное настроение – феномен современной социологической теории и практики / Ж.Т. Тощенко // Социс. – 1998. – № 1. – С. 34-45.

11. Щанина, Е.В. Социальное доверие людей пожилого возраста в

современном российском обществе /Е.В. Щанина, Н.В. Корж // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2015. – № 3 (35).

12.Щанина, Е.В. Адаптация пожилых людей в условиях российской реальности / Е.В. Щанина // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. – Т. 10. – № 12. – С. 143-148.

13.Щанина, Е.В. Сравнительная характеристика ценностных ориентаций разных поколений россиян / Е.В. Щанина, Н.В. Корж // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2016.– №1.

УДК 339.138

А.Р. Сафиуллин (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УГРОЗЫ РАЗВИТИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

В Конституции Российской Федерации зафиксирован важнейший целевой ориентир развития России – «социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека». Построение социального государства неотделимо от гражданского общества, характеризующегося равными возможностями всех граждан, принципами социальной справедливости и социальной солидарности, наличием частной инициативы и социальной поддержки со стороны государства. Важнейшим условием развития гражданского общества является достижение высокого уровня благосостояния населения, гарантирующего каждому члену общества не только удовлетворение базовых материальных потребностей, но и равный доступ к здравоохранению и образованию, равные возможности интеллектуального развития и общения, возможности поддерживать и всесторонне проявлять свои способности. Возрастание геополитических проблем, политика антироссийских санкций, неблагоприятные изменения в глобальной экономике привели к обострению угроз для устойчивого и стабильного развития социального государства и гражданского общества в России. В числе ключевых угроз можно выделить следующие процессы в обществе и экономике современной России.

1. Зависимость формирования и роста благосостояния населения России от изменений в глобальной экономике.

С началом рыночных реформ Россия все в большей степени начала вовлекаться в процессы, протекающие в глобальной экономике. Например, в 2012 году Россия после длительных и настойчивых переговоров вступила в ВТО. Но если многие страны вступили в ВТО,

проведя экономическую модернизацию и уже производя конкурентоспособную по многим позициям продукцию, то Россия присоединилась к этой организации, сохраняя экспортно-сырьевую модель экономики. При такой модели формирование благосостояния населения во многом зависит от экспорта первичной продукции и импорта продукции промежуточного спроса.

Основным источником доходов при такой модели остается природная рента. Однако, извлекаемые в прошлые годы при высоких ценах на энергоносители рентные доходы так и не обеспечили каждому члену общества высокий уровень благосостояния и гарантии равных возможностей реализовать свой потенциал. Основным источником дохода у большинства российских семей по-прежнему остается заработная плата от основной и дополнительной работы (77,4% домохозяйств из выборки), как следует из Всероссийского обследования домохозяйств по потребительским финансам еще в 2013 году [5].

Извлекаемая же в прошлые годы природная рента скорее обеспечивала экспортную выручку крупных компаний, а также через налогообложение наполняла доходы государственного бюджета и формировала Резервный фонд и Фонд национального благосостояния, чем модернизацию российской экономики и устойчивый рост благосостояния всего общества. Конечно, накопленные резервы позволяют правительству тактически решать многие проблемы, сохранить возможность государству выполнять свои социальные обязательства перед населением. Но стратегически сложившаяся ситуация способствует воспроизведению существующих пропорций экономики, означает балансирование на грани между стагнацией и деградацией. Поэтому падение мировых цен на нефть, снижение курса рубля, политика антироссийских санкций, повлекшие сокращение валового выпуска в экономике, рост безработицы и повышения уровня цен сразу отразились на уровне благосостояния большинства российских граждан (рисунок 1).

По предварительным оценкам Росстата реальная среднемесячная заработная плата к концу 2015 года сократилась на 9,3% относительно уровня предыдущего года (рис. 1). На 2,5% сократился реальный размер следующего по распространенности источника дохода российских граждан (55,5% домохозяйств из выборки) – пенсий. Зависимость в подавляющем большинстве от одного источника дохода при формировании семейного бюджета (заработная плата или пенсии) создает дополнительные угрозы социальной стабильности, так как в случае потери работы или сокращения финансовых возможностей государства индексировать социальные выплаты с учетом фактического роста цен домохозяйствам трудно сохранить ранее достигнутый уровень благосостояния.

Резко выросло за 2015 год число бедных в России (сразу на 3,1 млн. человек) и составило 19,2 млн. человек (13,4%) – максимальный показатель за последнее десятилетие. Рост бедности – еще одна угроза социальному государству и гражданскому обществу, так как бедность ограничивает стартовые возможности населения, обусловленные крайне низкими доходами или их полным отсутствием, и формирует «порочный круг». Социально-экономическое положение многих российских семей (бедные семьи, семьи, проживающие в неблагополучных районах) остается фактором образовательного неравенства, особенно если речь идет о доступе к образованию высокого уровня.

Масштабы бедности трудоспособного населения, наделенного квалификацией, опытом и знаниями, являются свидетельством как несовершенства сложившейся в современной России рентно-сырьевой модели экономики, так и критерием эффективности регулирования благосостояния населения государством. Бедность порождает постепенную маргинализацию и служит барьером развития гражданского общества.

2. Рост социальной дифференциации в современной России. Социальная поляризация в современной России при окончательно не сформированном сильном среднем классе – угроза для стабильности общества и экономики, опасность социального раскола и множество других негативных последствий. В последние десятилетия в России наблюдалась относительно устойчивая тенденция роста социального неравенства. Если в 1991 году в нашей стране коэффициент фондов, то есть соотношение доходов крайних 10% наиболее и наименее обеспеченных групп населения, предельно критическим (пороговым) значением которого принято считать соотношение 10:1, составлял 4,5 раза, то в 2014 году – уже 16 раз по официальной статистике.

Экспертные оценки дают еще более драматичную картину – от 25 до 40 раз с учетом скрытых доходов. Как справедливо отмечает С. Глазьев, неспособность государства обеспечить социально справедливое распределение доходов, а также сохраняющаяся тенденция роста социального расслоения раскалывают общество на враждующие классы, что становится еще одним барьером для формирования стабильного гражданского общества.



Рис. 1. Реальный размер начисленной заработной платы и назначенных пенсий, 2011-2015 гг.

Состояние экономики и ее технико-технологическая вооруженность является материальной основой формирования благосостояния населения, развития социальной сферы и гражданского общества. Ослабление зависимости от негативных изменений в мировой экономике во многом зависит от политики правительства и активной позиции общества. Необходима четкая и понятная большинству стратегия в решении вопросов, как использовать накопленные средства и более активно задействовать богатый внутренний потенциал России, чтобы стимулировать передовые технологии и техническое перевооружение российской экономики, искоренить бедность, обеспечить распределение доходов и устойчивый рост благосостояния населения в соответствии с принятыми в нашем обществе представлениями о социальной справедливости. Понимание государством и каждым членом общества того, что эффективное использование национального богатства России, в том числе и дарованного нам природой, служит целям всестороннего развития человека, будет содействовать построению в нашей стране социального государства и гражданского общества .

УДК 332.012

Т.В. Ключева, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский
государственный технический университет)

ДОСТУПНОСТЬ ЖИЛЬЯ КАК КРИТЕРИЙ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА²

Жилищный вопрос является одним из самых острых среди стоящих перед российским обществом. Согласно заявлению премьер-министра Д. А. Медведева, на сегодняшний день жилищный вопрос актуален для 60% российских семей. Учитывая тенденцию к увеличению численности населения России, данная проблема будет только обостряться со временем, несмотря на постоянное увеличение объемов застройки в регионах.

В таких условиях важно оценить качество жилья и реальную его доступность для широких групп населения. Для определения этих характеристик исследовательской группой Ульяновского государственного технического университета было проведено исследование «Жильё семей крупного города» (г. Ульяновск, 2014-2015 г.). В эмпирическую базу исследования вошли материалы анкетного опроса в микрорайонах крупного города: 1150 респондентов, выборка квотирована по районам и типу жилья.

Обеспеченность жильем и его качество входят в перечень критериев, которые свидетельствуют о материальном успехе отдельного человека или его семьи. Удельный вес россиян, признающих данный аргумент, за последние 15 лет вырос почти на 20% и составляет 62%. По результатам опроса Левада-центра, «хорошее жильё» возглавляет список элементов материального достатка в сознании российских граждан; его признают главным условием благополучия более 60% россиян. В последние годы эта характеристика жизни опередила даже финансовую обеспеченность семьи – «свободное расходование денег»[1].

При этом важной составляющей качества жизни является реальная возможность пользоваться качественным и удобным жильем. *Обеспеченность жильем* меняется как в количественных, так и качественных характеристиках в современных условиях меняется. Большинство семей Ульяновска (92%) обеспечено своим жильем; оставшиеся 8% семей живут в общежитии или снимают жилье (соответственно 2 и 6%).

Сравнение с результатами опроса 2008 г. показывает, что в Ульяновске увеличилась доля семей, проживающих в частных домах и коттеджах (с 6 до 12%); удельный вес проживающих в коммунальных

² Статья подготовлена в рамках реализации гранта РГНФ 16-13-73601 - «Доступность жилья как идентификатор качества жизни в регионе»

квартирах, общежитиях, и снимающих жилье остался примерно на том же уровне (в 2008г. – 11%, в 2015г. – 13%).

Но количественная обеспеченность жильем не говорит о качественном обеспечении. Жилищные условия городских семей очень дифференцированы:

- 12% семей живут в отдельном доме (коттедже) или части дома; чаще это состоятельные семьи (31%) и бедные (19%), что говорит о разном качестве частных застроек в городской черте;

- 75% семей живут в отдельной квартире, чаще жилой фонд ульяновцев представлен квартирами стандартных серий – 75-й и 90-й (37%) или «хрущевками» (27%). Чем ниже уровень жизни семей, тем чаще они проживают в старом и устаревшем фонде квартир (75-82% бедных и малообеспеченных семей); около двух третей состоятельных семей проживают в домах и квартирах индивидуальной или улучшенной застройки;

- 13% семей Ульяновска проживают в отдельных комнатах, общежитиях или снимают жилье; эти семьи следует отнести к группе риска на рынке недвижимости. В группу чаще попадают семьи, состоящие из молодых людей (36%), пенсионеров (16%), а также семьи с душевым доходом на уровне прожиточного минимума, или «бедные» (20%).

Удовлетворенность жилищными условиями является важным фактором качества жизни. Все семьи Ульяновска можно разделить по критерию «удовлетворенность» на следующие группы: а) «удовлетворенные полностью» - 18% (чаще взрослые и состоятельные семьи); б) «удовлетворенные частично» - 55% (родители с детьми дошкольного и школьного возраста, пенсионеры); в) «неудовлетворенные» - 27% (молодые люди, многопоколенные семьи, бедные и малообеспеченные семьи).

Причины неудовлетворенности жилищными условиями – частичной или полной – различны. Мы сгруппировали их в следующие блоки.

Первый блок – *эколого-географические причины*. Самый весомый блок причин неудовлетворенности, которые разделяют 61% семей; к ним относятся – неудовлетворенность местом проживания – 15% (районом, микрорайоном), экологией ближайшей зоны – 17%, благоустройством двора – 29%. К экологии больше претензий у семей со средним достатком и состоятельных семей; к благоустройству дворов – у родителей с детьми и пенсионеров.

Второй блок – *социально-функциональные причины*: неудовлетворенность типом здания – 13% (материал, технология), состоянием дома – 15% (изношенность, ветхость), оборудованностью дома – 15% (отопление, работа лифта, водоснабжение). В целом данные претензии высказали 43% ульяновских семей; особенно остро

стоят проблемы ветхости и изношенности домов, в которых проживают бедные и малообеспеченные семьи. Ульяновск внесен в список населенных пунктов, осуществляющих ремонт ветхого жилья с большим отставанием.

Третий блок – *количественно-функциональные причины*: неудовлетворенность размером площади – 30% (особенно – молодые семьи, родители с детьми, многопоколенные семьи); количеством проживающих людей – 13% (чаще – большие, многопоколенные семьи).

Анализ причин неудовлетворенности жилищными условиями свидетельствует о том, что у жителей Ульяновска есть свои претензии к состоянию жилого фонда, как количественные, так и качественные. Уровень неудовлетворенности благоустройством территории, энерго- и водо-обеспечением, доступностью объектов социального назначения способствовал тому, что в Ульяновске выше уровень критических настроений в изучаемой сфере, чем в среднем по России.

Рост качества жизни населения – ориентир для органов власти федерального и регионального уровня. Сегодня состояние удовлетворенности и обеспеченности жильем в крупном городе показывает: несмотря на достаточную обеспеченность собственным жильем, развитие его качественных характеристик имеет значительный потенциал.

Список литературы

1. Главная проблема населения – нехватка денег: результаты исследования «Левада-центра», 04.09.2013, N=1600, опрос проводился в 45 регионах страны. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.levada.ru/08-08-2013/prozhitochnyi-minimum-bednost-i-bogatstvo-v-predstavleniyakh-rossiyan>

Раздел 2. Роль гражданских объединений в решении проблем российского общества

УДК 339.138

Е.М. Шпоркина (ОГКУ «Аппарат Общественной палаты Ульяновской области»)

СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ: ТЕНДЕНЦИИ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ СЕКТОРА

Понятие «социально ориентированные некоммерческие организации» введено Федеральным законом от 05.04.2010 г. №40-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций». Согласно определению, установленному

ФЗ «О некоммерческих организациях», социально ориентированными некоммерческие организации признаются некоммерческие организации, осуществляющие деятельность, направленную на решение социальных проблем, развитие гражданского общества в Российской Федерации, а также виды деятельности, предусмотренные ст. 31.1. ФЗ «О некоммерческих организациях».

Согласно постановлению Правительства РФ от 16.04.2011 №276 «О внесении изменений в Положение о Министерстве экономического развития Российской Федерации» уполномоченным федеральным органом исполнительной власти по вопросам поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций (далее - СО НКО) определено Министерство экономического развития РФ и наделено полномочиями по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций.

На региональном уровне Уполномоченными органами определены самые разные органы власти, структуры Правительства, отдельных Министерств и ведомств субъектов РФ, что в свою очередь существенно влияет на различие в приоритетах и направлениях развития социально ориентированных организаций в регионах.

Определяющим фактором для развития сектора на уровне субъекта РФ играет объективная готовность региональных органов исполнительной власти поддерживать НКО (наличие экономических, политических и иных предпосылок) и субъективная готовность региональных органов исполнительной власти поддерживать НКО, в том числе и личная позиция руководства региона по предлагаемой федеральной политике, отношение к её целям и задачам.

Среди политических условий, оказывающих существенное влияние на СО НКО можно выделить следующие:

- Некоммерческий сектор вынужден осуществлять свою деятельность в постоянно изменяющемся, не стабильном правовом поле.

- Стала формироваться система поддержки СО НКО на федеральном, региональном и муниципальном уровнях, включающая в себя разнообразные формы поддержки (финансовую, имущественную, информационную, методическую и др.). В тоже время, как отмечают сами представители сектора, не обеспечена достаточная прозрачность предоставления СО НКО бюджетных субсидий.

- Стала формироваться единая политика вовлечения СО НКО в принятие решений органов власти и местного самоуправления посредством внедрения различных механизмов, таких как общественный контроль, независимая оценка деятельности учреждений.

- Принятие Федерального закона от 20.07.2012 N 121-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части регулирования деятельности некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента" оказало существенное влияние на уровень доверия населения к сектору некоммерческих организаций, причем проблема отсутствия зафиксированных правовых критериев осуществления «политической деятельности» до настоящего времени законодательно не отрегулирована.

- Наличие избыточных административных барьеров и незнание содержания и специфики некоммерческой деятельности в системе государственных, в том числе контролирующих, органов;

- Недостаточная заинтересованность региональных и местных властей в развитии СО НКО, особенно в ситуации экономического кризиса и секвестра бюджетов всех уровней.

- Разнообразие и не однородность подходов к выстраиванию инфраструктуры поддержки СО НКО в регионах.

Среди экономических тенденций можно выделить ряд следующих:

- Увеличение совокупных бюджетных вложений в поддержку СО НКО со стороны органов власти и местного самоуправления в совокупности с низким уровнем оценки эффективности вложенных средств.

- Отсутствие достоверной статистической информации о состоянии СО НКО, не позволяющее объективно оценивать и прогнозировать развитие сектора.

- Низкая обеспеченность ресурсами СО НКО, наличие существенных трудностей в получении кредитов, инвестиций, помещений и оборудования.

- Низкие бюджетные возможности регионов и муниципальных образований для финансирования эффективных объектов инфраструктуры поддержки и развития СО НКО.

- Общеэкономическая тенденция к диверсификации управленческих и хозяйственных функций, в том числе выход на аутсорсинг бухгалтерских, юридических и иных услуг.

- Возрастание финансовой нагрузки на организацию, в том числе влияние налогового и иного бремени на рабочее место.

- Изношенность основных фондов СО НКО.

- У многих НКО отсутствует возможность обеспечения без барьерного доступа маломобильных групп населения, внедрения ресурсосберегающих технологий

В числе основных социальных факторов, оказывающих влияние на развитие сектора, отмечаем:

- Неоднородность сектора СО НКО по различным основаниям, таким как правовые формы, виды и направления деятельности,

географическому охвату, уровню развития, по социально-экономической активности, по уровню взаимодействия с разными заинтересованными сторонами.

- Значительный приток новых людей в некоммерческую активность, происходящий в первую очередь по причинам изменений гражданской культуры. Увеличение масштаба и разнообразия форм гражданской активности, в том числе в форматах самоорганизации граждан, неформальных городских сообществ.

- Увеличение числа вовлеченных в благотворительную и добровольческую деятельности граждан.

- Существенное развитие сетевых взаимодействий и информационных технологий в деятельности ряда организаций, проявляющиеся в создании и активном использовании сайтов, мобильных приложений, страниц и групп в социальных сетях, обеспечивающих в первую очередь коммуникационные каналы и обратную связь с населением. Одновременно в значительной доле организаций эти направления фактически не развиваются.

- Наблюдается высокий уровень тревожности к деятельности организаций, развивающим международные связи.

- Идет активное формирование технологий некоммерческой деятельности, а также сбор и обобщение лучших практик деятельности по решению социальных проблем.

- Часть СО НКО перестраивают свою деятельность, внедряя, расширяя и оформляя ее как услуги в социальной сфере. Но в настоящее время качество услуг СО НКО в большинстве случаев не соответствует действующим требованиям и стандартам (по практике оказания социальных услуг)

- Отсутствие единой информационной базы по сервисам поддержки для НКО, единой базы существующих и апробированных технологий и практик решения социальных проблем.

- У определенной части НКО выражена ориентация на органы исполнительной власти и органы местного самоуправления – как основной заинтересованной стороны.

Также можно выделить ряд внутриорганизационных и внутри-секторных барьеров для развития СО НКО. К ним можно отнести:

- Практическое отсутствие в образовательной системе комплексных программ по подготовке менеджеров в некоммерческой сфере. И как следствие, в целом недостаточный уровень профессионализма руководителей НКО в вопросах менеджмента, бухгалтерского учета и налогообложения, нормативно-правового поля некоммерческого сектора, вопросах стратегического планирования, планирования и ряда других вопросов, касающихся деятельности НКО.

- Низкий уровень финансовой устойчивости, преобладание 1-2 источников финансирования.

- Низкая эффективность консолидации усилий СО НКО по защите собственных прав и интересов, в лоббировании интересов сектора при взаимодействии с органами власти или органами местного самоуправления.

Таким образом, можно сделать выводы, что сектор социально ориентированных некоммерческих организаций только начал организационное и правовое оформление. Только общими усилиями и в совместном диалоге сектора и органов власти, возможно минимизировать те негативные тенденции, преодолеть ряд многочисленных административных барьеров и достичь устойчивого развития сектора, в первую очередь, как сектора экономики.

УДК 339.138

О.Н. Ермолаева (Ульяновск, ОГКУ «Аппарат Общественной палаты Ульяновской области»)

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Развитие гражданского общества уже более тридцати лет декларируется одним из приоритетных направлений развития Российского государства. Особое внимание уделяется некоммерческим организациям (НКО), которые рассматриваются большинством исследователей как ключевой элемент в ряду институтов гражданского общества.

Федеральный закон «О некоммерческих организациях» выделяет отдельную категорию некоммерческих организаций – социально ориентированные (СО НКО), имеющие приоритет при получении государственной поддержки.[1] В Послании к Федеральному Собранию 3 декабря 2015 г. Президент России Владимир Путин уделил значительное внимание теме поддержки социально ориентированных НКО, заявив о необходимости запуска программы президентских грантов для некоммерческих организаций, работающих в малых городах и селах, предоставления ряда льгот и преференций для НКО со статусом исполнителей общественно-полезных услуг, а также поэтапного направления некоммерческим организациям до 10% средств региональных и муниципальных социальных программ [2].

В связи с повышением социальной роли некоммерческих организаций усиливается необходимость с их стороны позиционировать себя перед органами власти, бизнес-структурами и широкой общественностью. Важность ведения информационно-имиджевой политики на сегодняшний день осознается практически всеми СО НКО, работающими как на федеральном, так и на региональном и местном уровне. В условиях недостаточности кадровых и финансовых ресурсов

большинство из них не реализуют полноценных многоступенчатых PR-кампаний, однако ведут деятельность по налаживанию взаимодействия со СМИ.

Особенности ведения информационной политики социально ориентированными НКО на современном этапе

В качестве объекта изучения ситуации в сфере взаимодействия социально ориентированных НКО и СМИ выбран некоммерческий сектор Ульяновской области как региона, где развитию НКО уделяется в последние годы пристальное внимание, и достаточно типичного в этом отношении в ряду субъектов РФ. Основным источником статистических данных стал отчет по результатам социологического исследования ООО НИЦ «Регион» г. Ульяновска по проблемам деятельности и развития социально ориентированных некоммерческих организаций, вошедшего в структуру Доклада о состоянии гражданского общества в Ульяновской области в 2015 году, который в марте 2016 г. подготовила и представила региональная Общественная палата. В ходе исследования были опрошены 100 представителей менеджмента социально ориентированных НКО Ульяновской области и взято 11 экспертных интервью [3].

Отметим, что задача выстраивания внешних коммуникаций и формирования информационной среды была отмечена в числе актуальных для деятельности некоммерческих организаций большинством опрошенных руководителей СО НКО (наряду с задачами привлечения финансовой и имущественной поддержки, налаживанием взаимодействия с органами власти, повышением кадрового потенциала сотрудников и привлечением волонтеров). Освещение деятельности в СМИ признано наиболее востребованной мерой информационно-консультационной поддержки СО НКО – о ее необходимости упомянули 87,5% респондентов.

Указанные данные подтверждают высокую востребованность сотрудничества со средствами массовой информации со стороны социально ориентированных некоммерческих организаций и одновременно свидетельствуют о наличии определенных противоречий между общественниками и редакторами/журналистами СМИ.

В числе актуальных проблем необходимо выделить следующие:

1. Недостаточность освещения деятельности СО НКО.

Несмотря на наблюдаемый в последние годы рост числа публикаций о работе социально ориентированных некоммерческих организаций, доля подобных материалов СМИ, по мнению исследователей и отзывам представителей «третьего сектора», не превышает в медиапространстве 3-5%. В Ульяновской области порядка 70% из числа новостей, затрагивающих деятельность СО НКО, в

размещено в Интернете. Следующим по значимости источником информации в регионе служат радиостанции, транслирующие до 20% тематического контента. Гораздо меньший объем распространяется телеканалами и печатными изданиями. В случае с ТВ основной причиной является жесткая ограниченность эфирного времени. Ситуацию осложнило закрытие с 2016 года эфирного вещания телеканала «Репортер». Что касается печатных изданий, их редакции преимущественно нацелены на публикацию статей о мероприятиях некоммерческих организаций на коммерческой основе.

2. Неполное отражение средствами массовой информации направлений деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций.

Современные публикации о некоммерческом секторе представляют собой материалы об организуемых СО НКО массовых и, как правило, разовых мероприятиях в сферах пропаганды здорового образа жизни, образования, культуры и искусства, патриотического и духовно-нравственного воспитания. В Ульяновской области наиболее интересна СМИ информация о правозащитной деятельности организаций, работе с инвалидами, особенно больными детьми, и сборе пожертвований на их лечение. Не остаются без внимания проекты социально ориентированных НКО, получивших крупные гранты, а также уникальные для региона организации, публикации о деятельности которых способны заинтересовать и развлечь широкую аудиторию, такие как НП «Центр иппотерапии «Лучик», АНО «Клуб деловых старух».

Фактором, способным повысить заинтересованность журналистов, может стать присутствие на мероприятии социально ориентированной некоммерческой организации первых лиц или хорошо узнаваемых почетных гостей. В то же время системная работа СО НКО с целевыми аудиториями журналистами зачастую игнорируется.

3. Излишне жесткая трактовка средствами массовой информации российского закона о рекламе.

Отдельного упоминания достойны факты, связанные с соблюдением средствами массовой информации Федерального закона о рекламе. С неизбежными трудностями сталкиваются некоммерческие организации, заинтересованные в указании в материалах СМИ фамилий и имен спонсоров и благотворителей, поскольку журналисты в целях перестраховки зачастую в этом отказывают либо требуют платы за публикацию. Нередки и ситуации, когда сотрудники СМИ не указывают в статьях и сюжетах названия СО НКО и фамилии их представителей, мотивируя это стремлением избежать обвинений в скрытой рекламе. Недавним ярким примером стала программа телеканала «Культура», где главу благотворительного фонда «Старость в радость» Елизавету Олескину обозначили как «социального работника». Ситуация вызвала

широкий резонанс и ввиду типичности обратила на себя внимание члена Совета по правам человека РФ Елены Тополевой. [3]

4. Отсутствие у специалистов, работающих в социально ориентированных некоммерческих организациях, понимания о значимости планомерной работы по выстраиванию взаимодействия со СМИ.

По критерию осознанности и интенсивности данной деятельности СО НКО можно условно разделить на четыре группы:

а) Организации, уделяющие пристальное внимание работе со СМИ: налаживанию контактов с редакторами и журналистами изданий, формированию базы электронной рассылки, подготовке и распространению пресс-релизов, Интернет-активности. В Ульяновской области к НКО такого типа относятся не более 45-50 социально ориентированных некоммерческих организаций.

б) НКО, руководители которых осознают важность целенаправленного взаимодействия со средствами массовой информации, однако на практике делают это от случая к случаю – при реализации конкретных проектов или разовых мероприятий. Подобная система работы характерна для 100-120 ульяновских СО НКО.

в) Организации, желающие сотрудничать со СМИ и неудовлетворенные количеством и качеством публикаций об их деятельности. Для Ульяновской области примерами таковых являются Региональная общественная организация поддержки детей Великой Отечественной войны «Дети войны», Ульяновская городская просветительская общественная организация «Булгарское возрождение» и ветеранские организации. Возглавляют подобные НКО, как правило, пожилые люди, испытывающие сложности с адаптацией к работе в информационном обществе.

г) НКО, для которых выстраивание взаимоотношений со средствами массовой информации не входит в число приоритетов.

Необходимо пояснить, что некоммерческие организации, относящиеся к последним двум категориям, трудно оценить в количественном выражении, однако очевидно, что их в регионе пока большинство.

5. Недостаток у сотрудников социально ориентированных некоммерческих организаций профессиональных умений и навыков в сфере журналистики и PR.

В Ульяновской области эту проблему пытаются решать из года в год, но несмотря на многочисленные семинары и мастер-классы, проведенные в регионе с целью обучения общественников правилам написания пресс-релизов, ситуация до настоящего времени качественно не изменилась.

6. Низкая активность СО НКО в сети Интернет.

На основе анализа мнений экспертов можно сделать вывод о все более полном замещении традиционных СМИ сетевыми ресурсами в сфере распространения информации о событиях в некоммерческом секторе. Бесспорным преимуществом онлайн-ресурсов является возможность публикации не только информационных сообщений, но также фото-, аудио- и видеоматериалов, проведения опросов, различных конкурсов и розыгрышей.

Механизмы повышения присутствия СО НКО в медиапространстве

В условиях необходимости совершенствования сложившейся в России системы взаимоотношений между социально ориентированными некоммерческими организациями и средствами массовой информации целесообразно выделить «точки роста» эффективности внешних коммуникаций СО НКО.

1. Руководителям некоммерческих организаций целесообразно задуматься о повышении качества пресс-релизов и иных информационных материалов, направляемых в СМИ. Особое внимание важно уделять овладению навыками грамотного преподнесения новостей журналистам.

2. Активизации информационной деятельности СО НКО способствует налаживание личных связей с редакторами и журналистами. Большинство успешных социально ориентированных некоммерческих организаций используют именно этот прием, стараясь формировать пул журналистов, освещающих в средствах массовой информации региона вопросы развития гражданского общества или социальные темы в целом. Прогрессивной технологией является привлечение сотрудников СМИ к непосредственному участию в работе НКО или конкретных проектах. В Ульяновской области данный метод был успешно реализован в августе 2015 года Региональной общественной организацией татарских бизнесменов «Сембер», которая в качестве информационных партнеров своего проекта «Экспедиция «На север» задействовала журналистов газеты «Комсомольская правда. Ульяновск» и нескольких блоггеров.

3. Расширять взаимодействие с журналистами при проведении крупных мероприятий социально ориентированные некоммерческие организации могут через организацию пресс-конференций, пресс-туров и неформальных встреч. Подобная тактика представляет сотрудникам СМИ возможность получить эксклюзивную информацию и углубить представление о деятельности организации в целом, что крайне полезно СО НКО в долгосрочной перспективе. Уникальным в этом отношении событием стал организованный 13 ноября 2015 года пресс-тур в рамках Декады НКО в Ульяновской области. В мероприятии приняли участие около 10 журналистов, а по его итогам вышли в свет 4 телевизионных сюжета и более 20 печатных публикаций.

4. Ценным информационным ресурсом являются пресс-службы региональных и муниципальных органов власти, а также государственных учреждений в случаях, если СО НКО реализуют с ними совместные проекты. В Ульяновской области подобный опыт имеют региональное отделение «Ассоциации юристов России», АНО «Ульяновский совет культивации Интернет-технологий», Ульяновская областная организация «Российского Союза Молодежи», региональные общественные организации «Совет родителей» и «Клуб активных родителей».

5. Заинтересованность в информационном взаимодействии зачастую выражают пресс-службы коммерческих структур, выступающих в качестве спонсоров проектов НКО. В Ульяновской области особо запоминающимся стало широкое PR-сопровождение проекта по социальной адаптации воспитанников детских домов «Ступеньки» Регионального общественного благотворительного фонда «Дари добро» ульяновским отделением компании «Мегафон».

6. Как говорилось ранее, значительному повышению узнаваемости НКО способствует расширение присутствия в сети Интернет. Осознавая это, отдельные социально ориентированные некоммерческие организации Ульяновской области (молодежная общественная организация «Молодежный инициативный центр», УРОО «Клуб активных родителей») создали порталы, практически полноценно заменяющие СМИ и привлекающие многочисленную аудиторию.

В завершение отметим, что на вопрос о том, каких действий сами представители социально ориентированных некоммерческих организаций ожидают от средств массовой информации и органов власти, участники исследования ответили, что заинтересованы в выделении в государственных СМИ на безвозмездной основе тематических рубрик, а также эфирного времени на радио и телевидении для освещения событий в некоммерческом секторе. Многие респонденты озвучили желания пройти обучение и освоить профессиональные навыки пресс-секретаря, встречаться на открытых площадках с редакторами и журналистами региональных СМИ с целью поиска точек взаимодействия.

Таким образом, в современных условиях развития гражданского общества и повышения роли социально ориентированных некоммерческих организаций как одного из его важнейших институтов, очевидна необходимость расширения присутствия СО НКО в российском медиапространстве. Имеющие место сложности и препятствия в сфере их взаимодействия со средствами массовой информации носят системный характер и связаны с отсутствием у руководителей СО НКО профессиональных навыков работы со СМИ, с одной стороны, и невниманием редакций к «третьему сектору», с другой. При этом, учитывая тенденцию активизации информационной политики

НКО, можно предположить, что в ближайшие годы ситуация будет меняться в лучшую сторону. Об этом свидетельствует и появление все большего числа успешных практик взаимодействия социально ориентированных некоммерческих организаций со средствами массовой информации.

Список литературы

1. Федеральный закон от 12.01.1996 N7-ФЗ (ред. от 30.03.2016) «О некоммерческих организациях»/URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8824/87a16eb8a9431ff
2. Послание Президента России Федеральному Собранию Российской Федерации. 3 декабря 2015 г./URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/50864>
3. Доклад о состоянии гражданского общества в Ульяновской области в 2015 году/URL: <http://opuo.ru/documents/doklad-obshhestvennoj-palaty-ulyanovskoj-oblasti-o-sostoyanii-grazhdanskogo-obshhestva-v-ul>

УДК 339.138

С.В. Королев (Ижевск, Удмуртский государственный университет) СОВРЕМЕННОЕ ТРЕЗВЕННИЧЕСКОЕ ДВИЖЕНИЕ В УДМУРТИИ КАК ФОРМА ГРАЖДАНСКОЙ АКТИВНОСТИ

Пропаганда здорового образа жизни является одной из приоритетных государственных задач и молодежной политики. Вместе с тем, нормативно-правовые акты [1], которые регулируют данный вопрос, ориентируют органы власти на взаимодействие в данном вопросе, с общественными, некоммерческими организациями, роль которых в развитии России должна возрастать. Причины лежат на поверхности, об этом еще в начале XX века писал русский ученый С.А. Первушин: «никакие меры не могут дать желаемых результатов, если само население, не проявит самодеятельности и самообладания в этом деле, если оно будет оставаться в стороне» [2]. В Удмуртской Республике в 2011 году было создано общественное движение «За трезвую Удмуртию» в него вошли общественные организации»: клуб «Родник - трезвая семья» (Январский Н.В.), РОО «Барды Удмуртии» (Лисицин Е.А.), общественное движение «Молодежь за трезвую Удмуртию» (Кузьмин Д.), клуб «Помоги себе сам» (Крылова С.Л.), «Трезвая вечерка» (Килин И.В), клуб закаливания «Трезвые моржи» (Салахутдинов А.А.) Основные задачи движения: пропаганда трезвого образа жизни, возрождение трезвенных культурных традиций российского народа.

В основе любой гражданской активности лежит идея, которая объединяет граждан в их стремлении изменить мир. Базисом трезвеннического движения является идея о том, что алкоголь – это ядовитое вещество, которое лишь незначительно отличается от так

называемых нелегальных наркотиков; употребление алкоголя даже в незначительных дозах наносит вред организму человека; алкоголь – это разрушенные семьи, дети-сироты, преступность, деградация общества. По мнению лидера общероссийской организации «Союз борьбы за народную трезвость» профессора В.Г. Жданова против России идет «алкогольная война», в которой ежегодно гибнут сотни тысяч человек, в основном молодые люди, трудоспособного возраста [3]. Поэтому долг каждого трезвого, сознательного человека, патриота своей страны встать на борьбу с этим злом. Одним из идеологов трезвеннического движения является академик АМН СССР Ф.Г. Углов (1904-2008) который был убежден, что бороться необходимо не с пьянством, (это бесполезно, потому что это следствие), бороться нужно за трезвость. Главные причины, почему люди пьют следующие: 1) доступность алкоголя, чем больше торговых точек, продающих алкоголь, чем ниже цена и меньше ограничений, связанных с его употреблением, тем больше люди пьют; 2) убежденность людей в том, что употребление алкоголя культурно является нормой, человек, который вообще не употребляет алкоголь, воспринимается обществом, как больной, бывший алкоголик, сектант и т. д. 3) алкоголь является наркотиком, употребление которого даже в незначительных дозах, формирует зависимость [4].

Трезвенническое движение имеет свои традиции, не многим известно, что к 1913 г. в Российской Империи насчитывалось 2 тысячи «обществ трезвости», которые объединяли около полумиллиона граждан, это больше, чем численность политических партий в тот период. [5] Участниками трезвеннического движения были известные писатели, ученые, общественные деятели: Л.Н.Толстой, [6] В.М.Бехтерев, А.Е.Арбузов, А.Ф. Кони и др. Размах движения был настолько значителен, что русский царь в 1914 году подписал указ, согласно которому местные органы власти по решению сходов имели право закрывать питейные заведения, в течение полугода кабаки были закрыты по всей стране. С 1914 по 1924 годы прошли в стране под знаком трезвости, о популярности данных мер, свидетельствует, тот факт, что большевики, пришедшие к власти в 1917 году, оставили данное решение в силе. Результаты этого уникального социального эксперимента изучил русский ученый И.Н. Введенский в своей книге «Опыт принудительной трезвости» [4].

Всего эксперты насчитывают пять этапов трезвеннического движения, современное берет начало с конца 60-х, 70-х годов XX века, как реакция общества на рост потребления алкоголя в СССР в период застоя. Именно, во многом результатом этого движения, стала антиалкогольная кампания 1985-1988 гг., прозванная в народе «сухим законом». Ее положительные результаты, к сожалению, известны лишь узкому кругу экспертов: повышение рождаемости, снижение смертности,

рост производительности труда и т.д. Основателем трезвеннического движения в Удмуртии является Январский Н.В., работавший в 1980-е годы участковым в милиции, одна из его основных задач была связана с работой с людьми систематически нарушающих общественный порядок, как правило, пьяницами и алкоголиками. Общась с данной категорией населения, молодой участковый осознал, что данную проблему необходимо решать в комплексе, вовлекая в процесс реабилитации семью, родственников, близких знакомых зависимого. Так, 10 ноября 1984 году был создан клуб «Родник – трезвая семья», девиз клуба – «Спешите делать добро!», «Выбрался сам – помоги другому!», «Если не я, то кто же?» [5].

Клуб объединяет активных неравнодушных граждан, чаще всего это не бывшие алкоголики, а близкие родственники зависимого, столкнувшиеся с проблемой непосредственно в семье, ощутившие на себе боль и утрату родного человека. Чтобы близкий бросил пить, необходимо не на словах, а на деле показать, пример трезвого образа жизни, встречи в клубе проходят не реже 1 раза в неделю, по субботам. По мнению Январского Н.В.: «клуб является местом, в котором человек, получает необходимую информацию, без которой, удержаться в лоне трезвого образа жизни чрезвычайно сложно, потому что современное общество пропитано проалкогольной культурой, чтобы этому противостоять необходимо объединяться и действовать, эта самое эффективное средство от алкогольного программирования».

В деятельности клуба «Родник – трезвая семья» два основных направления: пропаганда трезвого образа жизни и реабилитация наркозависимых. Они тесно связаны, потому что, полное выздоровление начинается в том случае, если человек включается в трезвенническое движение. При реабилитации зависимого используется «метод Шичко», названного по имени талантливого ленинградского ученого, разработавший уникальный, не медицинский, психолого-педагогический метод реабилитации, основанный не на страхе зависимого употребить алкоголь, а на убеждении, что алкоголь вреден, действует разрушающе, трезвость – это нормальное, естественное состояние человека.

Одно из важнейших направлений деятельности клуба в рамках трезвеннического движения, направлено на взаимодействие с органами власти, с этой целью клуб проводит всероссийские и региональные конференции, в которых участвуют представители министерств и ведомств. Главная задача конференции привлечь внимание властей к проблеме и наметить пути решения. На конференцию приглашаются лидеры трезвеннического движения страны: В.Г. Жданов «Союз борьбы за народную трезвость», Маюров А.Н. «Международная академия трезвости», Мелехин В.И. партия «Сухого закона России» и др. Их задача на высоком профессиональном уровне, подать общественную проблему, представить пути ее решения на федеральном и

региональном уровне. Так, в 2010 году состоялась конференция трезвеннических организаций в парламенте республики с участием Председателя Госсовета УР Соловьева А.В., в 2011 году аналогичная конференция состоялась в г. Глазове с участием главы города, в 2013 в п.Игра с участием главы администрации района и представителями всех заинтересованных структур и организаций, в 2014 году в г. Глазове, с участием епископа Глазовского и Игринского Виктора (Сергеева).

С 2010 года в Удмуртской Республике начинают издаваться печатные средства массовой информации, ежемесячно выпускается газета «Родник – трезвости», ее редактор писатель, поэт, журналист Кашин Ю.И. В газете представлена актуальная информация об алкогольной проблеме и наиболее знаковых мероприятиях трезвеннического движения. С 2013 года в Удмуртии стала издаваться еще одна газета «С любовью к жизни», в ней читатели могут получить ответы на вопросы о православных традициях русского народа: «что такое трезвость», «как стать счастливым», «как сохранить здоровье». Газеты пользуются большой популярностью и издаются за счет членских взносов, подписка на год составляет 150-200 рублей.

Еще одно средство привлечь внимание общественности – это шествия и петиции. Например, в 2013 году ОД «За трезвую Удмуртию» приняло участие в Первомайской демонстрации в г.Ижевске, организованной колонной, трезвенники прошли с плакатами и растяжками: «Только трезвая Россия станет великой», «Трезвые родители – счастливые дети», «Кто не курит и не пьет, тот России патриот» и т.д. В 2011 году (14 мая) на центральной площади г. Ижевска был организован пикет «Трезвость народа – Общее дело», в поддержку антиалкогольных инициатив Президента Российской Федерации, за резолюцию пикета осуществлялся сбор подписей, которая была направлена в Правительство и Государственный Совет УР. Содержание резолюции включало меры: создать координационный совет по проведению антинаркотической работы в республике с участием трезвеннических объединений; обратиться в Государственную Думу РФ об ужесточении антиалкогольного и антитабачного законодательства; реализовать общественную инициативу о проведении в Удмуртской Республике года «Здорового образа жизни»; обеспечить показ социальной рекламы в средствах массовой информации в рамках проекта «Общее дело».

«Трезвый десант», как форма работы трезвеннических объединений, зародилась в рамках проведения фестивалей бардовской песни «Бабушкина дача», и по началу была ограничена рамками г. Воткинска и Воткинского района, но с 2013 года десанты были проведены в ряде других районов Удмуртии: г. Можга, г.Глазов, Вавожский, Граховский, Шарканский и Увинский районы. Главная задача трезвого десанта направлена на то, чтобы в ограниченное время, 1-2

дня охватить как можно больше школ и других образовательных учреждений района по профилактике употребления алкоголя, табака и других наркотиков. С этой целью организаторы трезвого десанта (координатор Крылова С.Л.) предварительно договариваются с РОНО о мероприятиях в школах, назначается дата и организуется группа активистов. Так, 15 марта 2014 г в рамках празднования 100-летия «сухого закона» в России» профилактические занятия были проведены в 7 образовательных учреждениях г.Воткинска с общим охватом 320 человек. В мероприятии приняли участие педагог музыкального колледжа Лисицин Е.А., главный редактор газеты «Родник трезвости» Кашин Ю.И., руководитель клуба «Помоги себе сам» Крылова С.Л. преподаватель УдГУ Королев С.В.

Республиканскую общественную организацию «Барды Удмуртии» возглавил талантливый музыкант, педагог Воткинского музыкального училища Лисицин Е.А. Увлекаясь бардовской песней, он уже с конца 80-х стал организовывать фестивали бардовской песни в разных районах и городах Удмуртии. С 2009 года, когда общественная организация барды Удмуртии была зарегистрирована и вошла в реестр Министерства по делам молодежи, фестивали стали приобретать четко выраженную социальную направленность, это проявилось в первую очередь в том, что на фестивале появилась символика трезвенного движения, плакаты, растяжки, лозунги. Например, самая масштабная растяжка на главной сцене звучит так: «Трезвость народа – надежная основа его мощи и благосостояния. Николай II». В наиболее многолюдных местах (численность фестиваля достигает 2-3 тысяч человек) оформлены уголки трезвости, где размещена доступная информация о вреде алкоголя и табака. Ну и самое главное, на фестивале выделена отдельная площадка, где авторы и исполнители могут затронуть темы социальной направленности. Для ОД «За трезвую Удмуртию» фестиваль стал площадкой пропаганды идей трезвого образа жизни на широкую, как правило, молодежную аудиторию. По словам Е.А., Лисицина: «слушатели бардовской песни, это думающая аудитория, которые стремятся к идеалам, поэтому очень важно с этой аудиторией работать, нести светлое, доброе».

Трезвая вечерка (Килин И.В.) творческий коллектив главная задача которого, возрождение культурных традиций русского народа, в первую очередь в проведении досуга. Наши предки в условиях натурального хозяйства много работали, времени на отдых было не много, но они умели им воспользоваться. Вечерки это мероприятия, на которых собиралась молодежь, чтобы петь, плясать, играть в разные игры. Это позволяло отдохнуть, набраться сил, взаимодействовать с общинниками. Сегодня «Трезвая вечерка» является непременным участникам мероприятий трезвеннического движения, именно благодаря этому коллективу происходит неформальное общение, поднимается

настроение. Особенность русских народных танцев заключается в том, что в него включаются все, хороводы, ручейки, создают потрясающее энергетическое пространство, которое притягивает снова и снова. Одним из главных мероприятий, в котором участвует коллектив, называется «Праздник трезвости», проходит он ежегодно 11 сентября. В парке Кирова г.Ижевска собираются представители трезвеннического движения республики, чтобы в творческой доступной форме донести до общественности цели и задачи движения.

Проект «Общее дело» стартовал в 2009 году с показа на Первом канале короткометражных антиалкогольных фильмов «Давайте выпьем», «Чижик-пыжик», «День Рождения», серии социальных роликов. Авторами проекта стали архимандрит Русской православной церкви Тихон Шевкунов и лидер «Союза борьбы за народную трезвость» Владимир Жданов. Фильмы были сняты на высоком профессиональном уровне, и являются эффективным средством профилактики употребления алкоголя среди населения. В 2010 года была образована общероссийская общественная организация «Общее дело», ставившая главной задачей распространение правдивой информации об алкоголе и табаке, развенчания мифов о том, что: «пьянство это русская традиция», «государству выгодна продажа алкоголя», «запреты не эффективны» и т. д. С этой целью был снят еще ряд фильмов, адаптированных для проведения занятий в школе: «История одного обмана», «Манипуляция. Алкоголь», «Манипуляция табак» и др. Региональное отделение в Удмуртии возглавил Фамутдинов Р.З., именно благодаря его энергии проект стал известен в Удмуртской Республике. Команда общественной организации с 2013 по 2015 годы организовала и провела 425 мероприятий, направленных на пропаганду трезвости и здоровья, доминирующая часть из них □ это интерактивные занятия со школьниками, которые включают просмотр фильмов, а затем их активное обсуждение.

Таким образом, трезвенническое движение в Удмуртской Республике получило развитие, сложились определенные направления, формы и методы работы организаций. В 2011 году состоялось объединение отдельных общественных организаций в ОД «За трезвую Удмуртию», улучшилась координация и взаимодействие в проведении общих мероприятий. В результате деятельности активных неравнодушных граждан идеи организации находят все больший отклик среди населения республики, в особенности молодежи, для которой трезвый образ жизни становится реальной альтернативой.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N1662-р (ред. от 08.08.2009) <О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года (Консультант)

2. Первушин, С.А. Опыт теории массового алкоголизма в связи с теорией потребностей / С.А. Первушин – СПб., 1912. – С. 90.

3. Жданов, В.Г. Великая алкогольная война против России / В.Г.Жданов. – М. : ООО «Издательский дом «Роса», 2010. – 80 с.

4. Углов, Ф.Г. Правда и ложь о разрешённых наркотиках / Ф.Г. Углов . – М. : Концептуал, 2014. – 256 с.

5. Афанасьев, А.Л. Трезвенное движение в России в период мирного развития: 1907-1914 годы. Опыт оздоровление общества / А.Л. Афанасьев .– Томск : Томск. гос. ун-т. систем упр. и радиоэлектроники, 2007. – 200 с.

УДК 339.138

М.И. Кадничанская, Е.П. Галкина (Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

ПАТРИОТИЗМ КАК ЭЛЕМЕНТ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ОТНОШЕНИЯ К ИСТОРИЧЕСКОМУ ПРОШЛОМУ

Существование гражданского общества, его формирование невозможны без появления новых общественных индивидов – граждан, имеющих равные гражданские права и соответствующие качества. Человек тогда становится гражданином, когда обладает высокими нравственными идеалами, передовым мировоззрением, основанным на демократическом сочетании чувства собственного достоинства, независимости, индивидуальности с уважением прав и свобод других граждан, неукоснительным соблюдением законов и правил общечеловеческого общежития. Такой новый тип личности находится в иных взаимоотношениях с общественными объединениями и институтами.

Гражданственность является той новой социальной основой, которая должна питать патриотизм современного россиянина. Это качество характеризуют такие показатели социальной зрелости, как: научное мировоззрение; уважение к чужой собственности; признание человеческой жизни главной земной ценностью; любовь к родине; осознание важности гражданской активности для демократической трансформации России, как на региональном, так и на местном уровне и, прежде всего, патриотизм.

В современных условиях патриотизм должен стать идеологией и государства, и гражданского общества, которое включает систему независимых от государства общественных институтов и отношений, призванных обеспечить условия для самореализации отдельных индивидов и коллективов, реализации частных интересов и потребностей.

Характерной чертой патриотизма является его органическая взаимосвязь с уважением к другим народам, с признанием их достижений, стремлением узнать их историю, культуру, освоить их

прогрессивный опыт. Поэтому патриотизм представляет собой сложное образование, отражающее совокупность общечеловеческих и специфических для данного народа ценностей [1, с. 81].

Патриотизм как ценность, качество личности проявляется на различных уровнях по-разному: на интеллектуальном (когнитивном) – как интерес к познанию истории Отечества, как знание Отечественной истории; на эмоциональном – как высшее моральное чувство; на интенциональном – как социально-нравственный принцип, как готовность встать на защиту Родины, на деятельностном (праксиологическом) – в поведении и деятельности по обеспечению правопорядка и охране личности, общества и государства.

На сегодняшний день чрезвычайно актуальной является проблема отношения людей, в особенности, молодёжи, к истории своей страны, ведь, как известно, кто не знает своего прошлого, никогда не поймёт настоящего и не сможет оценить перспективы будущего. Однако зачастую мы наблюдаем полную неосведомлённость наших граждан о важнейших событиях, происходивших в стране в тот или иной промежуток времени. Среди молодых людей имеет место даже откровенное пренебрежение отечественной историей, которое оправдывается отсутствием непосредственной необходимости оперирования историческими фактами в повседневной жизни. Это, в первую очередь, касается студентов, которые уже окончили школу, сдали вступительные экзамены в вузы, возможно, уже начали работать и осознали, что теперь на первом месте для них – информация несколько другого характера, касающаяся некоторых исследовательских и рабочих навыков, и, следовательно, «ненужная» история оказывается за бортом. Старшее поколение, воспитанное в рамках идеологии Советского Союза, получившее советское образование, более ответственно в этом плане.

На кафедре философии, социологии и политологии Ульяновского государственного университета в октябре 2015 года было проведено социологическое исследование на тему «Отношение студентов к изучению истории, пониманию проблем исторического прошлого и настоящего». Было опрошено 315 студентов 1-4 курсов УлГУ. По результатам исследования были получены следующие результаты.

Более 50% респондентов считают, что важно изучать историю и разбираться в происходящих процессах, расширять собственный кругозор. Более половины ответивших интересуются историей страны. При этом абсолютно безразличных – 8%

У большинства опрошенных личный интерес к истории по результатам самооценки – выше среднего; 21,1% респондентов оценивают его как высокий.

Большее половины респондентов причисляют себя к «среднячкам» по историческим знаниям – 57,9%; 20,4% ответивших заявили о недостаточном и низком уровне знаний по истории (табл. 1).

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос:
«Как Вы сами оцениваете свои исторические знания?»

Варианты ответов	%
Знаю на среднем уровне, но хуже товарищей по учебе	57,9
Знания очень скудные и недостаточные, ниже среднего	20,4
Уровень знаний выше среднего, знаю больше, чем дали в школе, вузе	11,3
Затрудняюсь ответить	10,4

В социологическом исследовании мы просили оценить уровень эффективности образовательных программ по истории в школе и в вузе. Так, 70,9% респондентов оценивают преподавание в школе на «хорошо» и «отлично», «удовлетворительно» – 21,2%, «неудовлетворительно» – 5,1%.

Более критично оценили преподавание истории в вузе. 58,4% респондентов оценили положительно, что меньше чем в школе, удовлетворительно - 29,4%, неудовлетворительно – 8,9%.

43,2% ответивших респондентов устраивает программа по истории, используемая в вузе. Однако стоит отметить, что 25,9% респондентов желают расширить и дополнить существующую программу спецкурсами

83,8% респондентов посещают занятия по истории регулярно, 35% из них углубленно пытаются изучать материал.

Респонденты называли следующие источники информации по истории, которыми они пользуются: 30,3% пополняют свои знания по истории из учебников, 21,3% смотрят документальные исторические фильмы, 12,2% читают дополнительную литературу (табл.2).

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос:
«Как Вы пополняете свои знания по истории?»

Варианты ответов	%
Читаю учебник	30,3
По возможности смотрю документальные фильмы на исторические темы	21,3
Читаю дополнительную популярную литературу и историческую публицистику	12,2
Смотрю художественные фильмы на исторические темы	6,3
Читаю исторические романы	5,9
Иногда читаю специальные работы по вопросам истории	3,6
Читаю книги, статьи с позиций альтернативной точки зрения	1,4
Участвую в НИР (клубы исторических реконструкций, доклады, конференции)	0,9
Читаю мемуары, биографии исторических деятелей (газеты, журналы)	0,5

Студенты традиционны в предпочтении форм учебной работы. 51,6% предпочитают лекции, 25,9% – живое обсуждение и дискуссии. Также опрошенные отметили традиционные семинарские занятия (11,8%) и самостоятельное изучение отдельных вопросов (5,9%).

Следующий блок вопросов был направлен на выявление заинтересованности студентов в истории их семьи, а также того, с кем они обсуждают темы, касающиеся отечественной истории. Подавляющее большинство респондентов (80,9%) интересуется историей своей семьи, однако чуть больше половины этих людей (48,2%) мало о ней знают. Респонденты предпочитают обсуждать вопросы, связанные с историей родной страны с членами семьи (25,7%) и друзьями (26,3%). 20,8% обсуждают это с преподавателями. 9,5% респондентов совсем не интересуются этим вопросом. При этом 8,1% опрошенных готовы затрагивать эту тему с людьми, высказывающими иное мнение.

Чем же является история для респондентов? 33,6% опрошенных считают историю наукой, основанной на объективных фактах. Практически одинаковое число респондентов видит историю как субъективную точку зрения на людей и события (22,3%) и как комбинацию научных знаний, мифов и субъективного восприятия (23,2%). Таким образом, большая часть ответивших считает историю объективной наукой, однако были и те, кто видит её лишь как мифологию (4,5%).

Больше половины респондентов (61%) утверждает, что история должна интерпретироваться исключительно специалистами (историками, политологами). Интересно, что 11,9% опрошенных считает правильным, что власть пытается определять наше понимание истории. Подавляющее большинство опрошенных (71,7%) считает необходимым наличие единого учебника российской истории. Примерно половина респондентов (53,3%) считает, что при выстраивании концепции российской истории должны также учитываться мнения из-за рубежа, если они неопровержимы и не наносят ущерба образу страны. Пятая часть ответивших (19,3%) убеждена, что историю стоит вырабатывать только самому народу.

При этом удивительно, что 18,6% респондентов не в состоянии назвать ни одного крупного российского историка. Чаще всего называли Н.М.Карамзина, В.О.Ключевского и С.М.Соловьёва. Были упомянуты также П.Б.Струве, Н.Сванидзе, С.Е.Кургинян.

Четверть опрошенных (24%) не назвали ни одного произведения на историческую тему. Все остальные респонденты вспомнили «Войну и мир», «Пётра I», «Капитанскую дочку» и «Тараса Бульбу».

Треть опрошенных (30,9%) не вспомнили ни одного фильма на историческую тему. Остальные называли «А зори здесь тихие», «Сталинград», «Батальон», «Романовы». Почти половина респондентов

(43,9%) затруднились перечислить исторические памятники. Самыми известными были памятник Петру 1, Минину и Пожарскому, а также детям войны.

У большинства респондентов (57,5%) есть представление об историческом пути России. По мнению респондентов, наибольшее влияние на формирование взглядов на российскую историю оказывают: учебная литература (18,5%), учителя/преподаватели (16,6%) и СМИ (12,2%).

Последующие вопросы ориентированы на выявление мнения относительно наиболее важных, с точки зрения студентов, персонажей и эпизодов российской истории. Таким образом, большинство респондентов не находят привлекательных для себя исторических фигур (65,6%), за исключением Петра 1 (21,3%). Что интересно, действующего лидера страны Путина В.В. назвали лишь 0,9% респондентов. Что касается исторических событий, которые студенты считают величайшими в нашей истории, то это Великая Отечественная война (90%), Отечественная война 1812 г. (её назвали 70%). По результатам опроса Победу в Великой Отечественной войне респонденты рассматривают как предмет своей законной национальной гордости. Большинство опрошенных респондентов (62,2%) разделяют взгляды с близкими на российскую историю.

Чрезвычайно интересный вопрос относительно того, в какую эпоху российской истории хотели бы жить респонденты, показал, что больше всего хотели бы жить в современный период жизни России (16,4%), но также опрошенные предпочли бы времена Петра 1 (14,2%) и годы «Серебряного века» русской культуры (9%). Самые низкие показатели у таких исторических эпох, как времена подъема Московского царства, годы революций и годы «перестройки».

Анализируя полученные данные, можно выделить следующих исторических деятелей, которые, по мнению респондентов, сыграли в истории России наиболее важную позитивную роль: Пётр Великий (17,8%), Екатерина II (13,5%), Александр II и В.И.Ульянов (Ленин) (по 7,2%), Иван Грозный (6,3%), И.Сталин и В.Путин (по 5,8%). Полученные данные при оценке исторических деятелей говорят о том, что население уважает Путина (9,4%), Петра I (3,4%), данные акторы исторического процесса были отмечены большинством респондентов.

Общие выводы:

- Многовековая история народов России свидетельствует, что без патриотизма невозможно создать сильную державу, привить людям понимание их гражданского долга и уважения к закону. Поэтому патриотическое воспитание всегда и везде рассматривается как фактор консолидации всего общества, является источником и средством духовного, политического и экономического возрождения страны, ее государственной целостности и безопасности.

Результатам проведенного социологического исследования показали:

- Большинство опрошенных респондентов проявляют интерес к изучению истории своей страны и считают, что знание и понимание исторических процессов прошлого необходимы для анализа ситуации в настоящем.

- Большинство респондентов оценивают свой личный уровень исторических знаний как средний.

- Преподавание истории в образовательных учреждениях большинством респондентов оценивается положительно. Однако в школе он выше (70,9%) , чем в вузе (58,4%). При этом программа обучения по истории в вузе 43,2% респондентов устраивает, а 25,9% заявили о необходимости добавления новых спецкурсов на выбор.

- Основными источниками получения знаний по истории являются лекции и документальные фильмы на исторические темы. 54,8% опрошенных предпочитают наряду с лекциями, дискуссии и живые обсуждения. Историю своей страны респонденты обсуждают в основном в кругу семьи, друзей и преподавателей. У большинства схожие взгляды на понимание истории своей страны с близкими и друзьями, имеется представление об историческом пути России.

- 80,9% респондентов интересуются историей своей семьи, но стоит заметить, что у большинства ответивших очень мало сведений на эту тему.

- Для большинства респондентов история представляет собой науку, основанную на объективных фактах. Большинство поддерживает позицию, что историей должны заниматься исключительно специалисты-историки. Половина опрошенных считает, что необходимо учитывать, пусть и критическое, мнение зарубежных специалистов. 71,7% респондентов высказались за принятие единого учебника по истории России.

- Среди известных респондентам историков назвали Н.М. Карамзина, С.М. Соловьева и В.О. Ключевского; 24% не знают художественных произведений литературы на исторические темы, остальная часть назвала такие, как «Война и мир», «Капитанская дочка», «Тарас Бульба»; половина респондентов не смогли назвать произведения изобразительного искусства на историческую тематику, другая половина называли в основном памятники историческим и политическим деятелям.

- Предметом национальной гордости у большинства опрошенных является Победа в Великой Отечественной войне. События ВОВ являются по восприятию респондентов величайшими событиями истории России наряду с распадом СССР. По мнению респондентов позитивную роль в истории нашей страны сыграли Петр I, Екатерина II, Александр II, В.И.Ульянов (Ленин), Иван Грозный, И.В. Сталин и В.В.

Путин. При этом большинство опрошенных выражают восхищение такими историческими фигурами, как Петр I, Екатерина II, В.Путин.

Список литературы

1. Орлов, В.Б. Патриотизм как ценность гражданского общества / В.Б.Орлов, В.И. Лесняк // Вестник Югорского государственного ун-та. □ 2006, Вып. 3. □ С. 80-86.

УДК 339.138

Л.В. Колпина (Белгород, Белгородский национальный исследовательский университет), О.И. Артеменко (Белгород, МБОУ СОШ №11)

СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОГО ОТЕЧЕСТВЕННО ПАТРИОТИЗМА И ПЕРСПЕКТИВЫ СТАНОВЛЕНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ

Гражданское общество представляет собой сеть непринудительных взаимоотношений и институтов вне непосредственного руководства и управления государства, которые позволяют частным лицам проводить и организовывать свою деятельность [1]. Низкая способность российского населения к самоорганизации, его малая роль в политическом управлении, влиянии на политические решения и деятельность властных структур свидетельствует о слабости российского гражданского общества. Среди ее причин - социальная пассивность и апатия граждан, социальная атомизация, индивидуализация жизненных практик – все то, что противоречит социально ориентированной активности. Этому противостоит социальная интеграция, сплочение, несущие в себе потенциал социальной синергии - рост социальной активности и способности населения к самоорганизации, и самоуправлению, активизацию гражданских инициатив.

Одной из основ для сплочения населения, консолидации его усилий в решении общих проблем, *может стать* патриотизм. Но не любой. А.А. Согомонов выделяет критичный и некритичный патриотизм. Некритический патриотизм оперирует образами, ассоциациями, невыверенными фактами. Его миссия — не дать человеку возможности самостоятельно думать, но предложить готовый «продукт» для массового культурного потребления — аксиомы, не подвергающиеся сомнению. Державность и некритический патриотизм — родственные явления. Крайними проявлениями этого феномена являются нарциссический патриотизм — бездумное и благостное самолюбование самими собой вопреки любым рациональным доводам и фактам — и «слепой» патриотизм, исключая всякие сомнения [2].

Критический патриотизм имеет рациональные основания, возведенные на гражданском самосознании путем гражданского образования с сопутствующим ему навыком критического мышления. Критический патриотизм строится, с одной стороны, на чувстве, что Родина — это лучшее место из тех, где хочется жить, а с другой — на социальной ответственности за судьбу Родины в ее микро- и макросоциальном измерении, которая реализуется в существенной степени в социально-ориентированных практиках — практиках взаимопомощи, гражданских инициативах и деятельности НКО, участия граждан в политическом управлении. Именно а таком патриотизме идет речь у В. Путина в его послании Федеральному собранию РФ в 2012 г.: «...Быть патриотом значит не только с уважением и любовью относиться к своей истории... а прежде всего служить обществу и стране»[3].

Цель статьи - определение типа отечественного патриотизма и его роли в институционализации российского гражданского общества.

На протяжении длительного времени в России наблюдается рост патриотических настроений. Так, с 2001 по 2014 гг. с 19 до 38% выросла доля считающих, что большинство россиян можно назвать патриотами [4]. В 2013-2014 гг. в той или иной мере ощущали себя патриотами своей страны абсолютное большинство россиян (безусловно ощущали соответственно 37 и 40%, скорее ощущали — 44 и 41%)[5].

В 2006 году на вопрос Левада-Центра «Гордитесь ли вы нынешней Россией?», опрошенные разделились на две равные группы, где в одну вошли ответившие, что определенно / скорее гордятся, а в другую — скорее / однозначно не гордятся. Потом доля положительных ответов начала расти (со спадом в 2013 году) и в октябре 2015 года составила 72% против 20% в той или иной мере отрицательных ответов [6]

Данные этого опроса также показали прямую положительную связь между долей ответов и рейтингом В. Путина. Так, в конце октября 2015 г. этот рейтинг составил 88%, и среди одобряющих деятельность В. Путина - 77% тех, кто в той или иной мере гордится Россией [6]. В. Федоров, комментируя рост патриотических настроений, в ряду важнейших факторов также указал на то, что сегодня во главе страны стоит абсолютно популярный политик - президент Путин [7].

О его популярности свидетельствуют и лидирующие позиции в различных рейтингах доверия политикам [напр.:8]. Но доверие населения к Президенту имеет в большей мере иррациональный, некритичный характер. Так, доля респондентов, высказывающих одобрение деятельности Президента РФ, составила 82,5 - 84,2% [9]. Одновременно с этим, основная масса населения (в сумме 72%) имеет довольно смутное представление (41%) или не имеет вовсе (31%) относительно того, в каком направлении движется наша страна, какие цели поставлены перед ней ее нынешним руководством. И такое положение дел в период с 2004 г. по 2015 только усугублялось [1, с.34].

На столь высокий рейтинг Президента не повлияло углубление в 2014-2015 гг. экономического кризиса в России и серьезное ухудшение экономического положения россиян. Более того, пик патриотических настроений россиян как раз и приходится на этот период, совпадающий по времени с достаточно агрессивной внешнеполитической активностью Президента РФ, вследствие которой Россия укрепилась на мировой арене, по крайней мере, как военная держава. Оценки деятельности Президента РФ уже более полутора лет находятся на уровне выше 80%. Рейтинг В. Путина начал расти весной 2014 г. на фоне воссоединения Крыма и Севастополя с Россией. По данным ВЦИОМ, в октябре 2015 года рейтинг одобрения деятельности Владимира Путина установил новый рекорд – 89,9%, что обусловлено в первую очередь, событиями в Сирии, авиаударами российской авиации по позициям террористов [1].

Л. Борусяк и А. Левинсон доказывают, что в представлениях россиян Россия вновь стала Великой державой в результате того, что выиграла борьбу на внешнеполитической арене, в первую очередь, с США. За достижение именно этой цели, считают авторы, деятельность руководителя страны одобряет абсолютное и подавляющее большинство россиян. Причем, «ради достижения этой цели россияне готовы идти на значительные лишения. В частности, мнение о том, что Крым нам обходится все дороже, не препятствует тем же восьмидесяти с лишним процентам одобрять его присоединение [2]».

Указанные и другие исследователи показывают, что практически ни по какому другому критерию (качество жизни, здравоохранение, образование, наука, экономическое положение), кроме военной мощи конкурировать с Западом мы не можем. «А вот сила страны, которая кажется нам традиционной для России, вызывает гордость[6]».

Логика возрождения национального самосознания, роста патриотизма становится понятна - сплочение на основе противостояния внешнему врагу – Америке и всей Европе. Согласно данным Левада-центра, 80% опрошенного по репрезентативной национальной выборке российского населения (N=1600) считает, что у сегодняшней России есть враги [3]. Восприятие россиянами геополитического окружения как агрессивного показывают и результаты фокус-групп, в которых постоянно озвучивается позиция, что то, что мы сделали и делаем на Украине, – не причина западных санкций, а просто повод, которого на Западе ждали и к которому придрались. Истинная же причина в том, что «они всегда нас не любили[14]. О состоянии внешнеполитической агрессивности в позиции россиян свидетельствует, на наш взгляд и то, что в сумме 59% россиян высказались «определенно да» и «скорее да» на вопрос: «Как вы считаете, следует ли России продолжить нанесение авиационных и ракетных ударов в Сирии?», тогда как информированы о ситуации в этой стране не более четверти населения. В период с

сентября 2015 по январь 2016 года о том, что внимательно следят за последними событиями в Сирии, сообщило от 16 до 25% россиян [5].

Рост патриотических настроений инициировал и рост чувства единства. Согласно с тем, что в России есть народное единство, выросла с 23% до 54%, а тех, кто с этим не согласен снизилась с 56% до 35% [16]. Исследование населения российского приграничья (2015 г.) высвечивает специфику такого единства [4]. В ответах на вопрос, о символах, отражающих сущность российской культуры, безусловным лидером стал вариант: «В.В. Путин», который выбрали 30.0% опрошенных. Среди других относительно значимых символов оказались: матрешка (20.8%) и Красная площадь (17.6%). Такие национальные государственные символы в прошлом и настоящем как флаг, гимн, серп и молот выбрали в среднем по 8% опрошенных. Минимальны доли отметивших те или иные социально-психологические характеристики национального характера, а также такие исконно русские символы как балалайка, гармонь, самовар и пр. Иначе говоря, образ национального лидера заметно потеснил многие символы российской культуры. Данное исследование показывает, что основой социального консенсуса для россиян является национальный лидер, а не общественные характеристики и достижения. И эта ориентация массового сознания отражает константу российской культурной матрицы как потребность в мудром и справедливом царе. По данным того же исследования, Президент России – единственный социальный институт, которому доверяет существенная часть (39.4%) населения российского приграничья. Для сравнения: вариант ответа о доверии себе самому выбрали 1.8% опрошенных из их числа. А на втором месте по распространенности стоит вариант ответа «никому из них [не доверяю]».

Народное единение вокруг лидера, а не между собой, не выступает фактором самоорганизации и самоуправления, не является действием, а лишь чувством. Доказывают это, в частности, данные Левада-центра, согласно которым готовность населения к каким-то мирным протестным действиям с экономическими требованиями сомнительна. И такое снижение готовности к публичным выступлениям и акциям протеста во многом это произошло за счёт поддержки действий российского руководства в Украине. А «...уверенность в том, что экономические трудности привнесены извне, снижают уровень критичности к действующей власти [6]».

Сомнительно, что и рост патриотизма положительно повлиял на готовность граждан взять на себя ответственность за происходящие общественные процессы? В 2014-2015 г. сообщили, что в полной и значительной мере чувствуют ответственность за то, что происходит в своем городе, районе, в сумме 17-22%, а в незначительной мере и совершенно не чувствуют, в сумме 74 – 80%. Тоже самое – в стране – 13-15% против 77-83% [10, с 54]. Приводя примеры проявления

патриотизма в действиях и поступках знакомых, респонденты чаще всего говорят о том, что они любят Родину, гордятся ею, преданы ей (15%), что отражает почти полное отсутствие деятельностного компонента в патриотизме. Лишь 3-5 % сообщают о том, что трудятся на благо Родины, проявляют социальную активность, делают добрые дела, занимаются благотворительностью, а 34% затруднились ответить на данный вопрос[7]. На протяжении последних 12 месяцев в 2014-20145 гг. участвовали в деятельности общественной организации, объединения, союза ассоциации, товарищества, кооператива, инициативной группы, в сумме 13-16%, из них, каждую неделю или хотя бы раз в месяц – 4-6% [8, с 53].

Кроме того, исследования Левада-центра показывают выраженные патерналистские ориентации россиян[7, с.55], которые однозначно противоречат социальной самоорганизации самоуправлению.

Итак, изложенное позволяет утверждать, что рост патриотизма и чувства единения россиян являются результатом агрессивной внешней политики, вследствие которой возрождено много лет затапываемое в грязь великодержавное, имперское самосознание россиян, выступающее одной из первооснов их национальной идентификации.

В условиях минимизации значимых современных достижений, помимо военных, и продолжающегося падении уровня жизни, высокой степени поддержки деятельности президента при минимальном понимании курса этой деятельности, патриотизм следует рассматривать как некритический. Он не несет в себе социальной синергии, консолидирующей усилия населения на общественные преобразования на микро и макросоциальном уровне. В связи с этим, несмотря на безусловное наличие элементов гражданского общества в современной России, тем не менее, на наш взгляд, на сегодня гражданское участие – это скорее удел «избранных», «пассионариев», а не повседневная социальная практика. И на возможность «омассовления» такого участия пока ничего не указывает.

Существующие общественно значимые проблемы, а также негативные прогнозы общественного развития России на ближне – и среднесрочную перспективу не актуализируют в сознании граждан задачу «взять ситуацию в свои руки» путем консолидации собственных ресурсов и воздействия на власть. В большой мере это связано со сплочением вокруг фигуры национального лидера как единственного значимого символа нации, отношение к которому характеризуется иррациональным доверием и которому «делегировается» функция национального самоопределения.

Негатив, связанный с внутренней общественной неустроенностью, сублимируется не в социально-преобразовательную и гражданскую активность, а во внешнюю агрессию. На данный момент уходит вовне, но в условиях снижения внешней агрессивной политики имеет риск

превратиться в аутоагрессию в виде общественных и индивидуальных аномий, которым атомизированное общество противостоять не сможет.

Список литературы

1. Вуколов, Н. Наука, патриотизм и гражданское общество / Н. Вуколов. - Новостная служба портала ГУ-ВШЭ. URL: <http://www.courier-edu.ru/pril/posobie/scisoc.htm> (дата обращения: 27.02.2016)
2. Согомонов, А.Ю. Гражданское образование и патриотизм // А.Ю. Согомонов // Общая тетрадь. – 2014. –N. 1 (64). – С. 65-76.
3. Послание Президента Федеральному Собранию, 12 декабря 2012 года. URL: <http://www.kremlin.ru/transcripts/17118> (дата обращения: 27.02.2016)
4. О патриотизме. Сколько патриотов среди россиян? И кого можно считать патриотом? URL: <http://fom.ru/TSennosti/11471>(дата обращения: 27.02.2016)
5. Всероссийский опрос ВЦИОМ (8-9 марта 2014 года.URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114751>(дата обращения: 27.02.2016)
6. Борусяк, Л. А. Гордость не порок: за что россияне Родину полюбили /Л. Борусяк, А. Левинсон. URL: <http://www.rbc.ru/opinions/society/05/11/2015/563b39da9a7947df0115fe4>(дата обращения: 27.02.2016)
7. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=238&uid=3699>(дата обращения: 27.02.2016)

УДК 339.138

А.И. Филиппов (Донецк, ГОЗ «Донецкий государственный университет управления»)

ИДЕИ ПАТРИОТИЗМА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

За последние веки истории Донбасса, пожалуй, ни одна идеологическая ценность не подвергалась таким переосмыслениям, как патриотизм. Для Донбасса существенным является крушение различных догм и постулатов. Это сводится к интеллектуальной фразе: «Патриотизм – это чувство примитивное, оно есть даже у кошки». Патриотизм в условиях Донецкой Народной Республики, это не отжившая ценность, мешающая строить новое народное общество, свободное от прежних стереотипов, а возможность построить новое сильное государство, привить людям понимание их гражданского долга и уважения к закону.

Без ясного, определенного акцента на защиту интересов Донецкой Народной Республики сложно выработать плодотворную и самостоятельную внешнюю и внутреннюю политику. Без заботы о собственной республиканской экономике, рынке, опоры на собственные

силы невозможно улучшить жизнь людей Донецкой Народной Республики. Без уважения к собственной истории, к делам и традициям старших поколений не представляется возможным вырастить морально здоровую молодежь. Без возрождения гордости, национального достоинства трудно вдохновить людей на высокие дела.

Формирование патриотической идеи в Донецкой Народной Республике исторически совпадает с возникновением Русского государства. В период перехода от родового общества к древнерусскому государству этническое самосознание воплощалось в представлении об общности происхождения и принадлежности к определенному племенному объединению, что привело впоследствии к формированию общей идеи русской земли, Руси, как государства, на котором живет народ. Но не только географическое пространство сплачивало формирующуюся древнерусскую народность. Язык, верования, историческая память о прошлом, общность судьбы – все то, что можно назвать историческим пространством и составляло вкуче Отечество [1].

Неписанным правилом для русского воина было стоять насмерть за отца и брата, мать и жену, за родную землю. Верность воинскому долгу скреплялась устной присягой, клятвой на оружии и перед Богом. В военных походах и сражениях воспитывались взаимовыручка, товарищество, смелость, героизм, презрение к смерти во имя спасения Отечества. Постепенно эти качества стали основой патриотизма как важнейшего явления в социально-политическом и духовном развитии общества в Донецкой Народной Республике, явившегося важной составляющей менталитета.

С утверждением абсолютизма государственное начало безраздельно господствовало в общественном сознании. Для этого времени характерен был рост национального самосознания складывающейся русской нации, что нашло свое выражение в новом осмыслении таких духовных ценностей, как «Отечество» и «патриотизм» [2].

Понятие патриотизм наиболее точно определил Н.М.Карамзин: «Патриотизм есть любовь к благу и славе Отечества и желание способствовать им во всех отношениях». Похожее определение дает В.Соловьев: «Ясное сознание своих обязанностей по отношению к отечеству и верное их исполнение образуют добродетель патриотизма». Призыв «...положить жизнь за Отечество» звучал в стихах Н.М.Карамзина, С.Н.Глинки, А.И.Тургенева. В то же время патриотизм чаще всего сопряжен в общественном сознании с военной деятельностью, но не захватнической.

В условиях Донецкой Народной Республики патриотизм приобретает характер республиканской идеологии, считается выше всех ценностей.

В то же время в ходе АТО (Анти Террористическая Операция проводится на Украине, где власти страны проводят военные действия в Луганской и Донецкой областях), когда решался вопрос о судьбе Донецкой Народной Республики, население республики проявило небывалый по силе патриотизм, который явился основой духовно-нравственного превосходства Донецкой Народной Республики над Украиной.

Перед Донецкой Народной Республикой определилась важнейшая задача – это реализовать огромный духовно-нравственный потенциал, накопленный за всю историю существования Донецкой области, для решения проблем в различных для неё сферах жизни.

К принципам, которые являются важным условием реализации целей и задач патриотического воспитания, относятся признание высокой социальной значимости гражданственности, патриотизма и готовности к достойному служению Отечеству, необходимость создания реальных возможностей осуществления целенаправленных усилий для их формирования у граждан. Без развития у граждан ДНР с раннего возраста этих ценностей не может быть созидательного общества и сильного государства.

Патриотизм в идеях Донецкой Народной Республики – это нравственный и политический принцип, социальное чувство, содержанием которого является любовь к Республике и готовность подчинить её интересам свои частные интересы. Он предполагает гордость достижениями и культурой Донецкой Народной Республики, желание сохранять ее характер и культурные особенности и идентификация себя с другими членами народа, стремление защищать интересы Донецкой Народной Республики и народа. Исторический источник патриотизма – веками и тысячелетиями закреплённое существование обособленных государств, формирующее привязанность к родной земле, языку, традициям [3]. В условиях Донецкой Народной Республики патриотизм становится составной частью общественного сознания, отражающего общенациональные моменты в ее развитии.

Вопрос о принципах и подходах к формированию системы патриотического воспитания личности, имеющего в качестве главных целей, как развитие социальной активности, так и профилактику негативных проявлений в сознании и поведении населения, в условиях Донецкой Народной Республики приобретает весьма важную роль.

В условиях Донецкой Народной Республики это создание не просто конгломерата форм и видов воспитания, объединённых общими целями, а системы, которая стала бы предметной основой общественно-республиканской системы как социального института. А поскольку данный институт должен осуществлять свою деятельность в системе социальных координат, постоянно соприкасаясь с проблематикой прав и свобод личности, а также с деятельностью различных социальных

институтов, целесообразно ставить вопрос о законодательном обеспечении его действий в виде Закона Донецкой Народной Республики о патриотическом воспитании. Определение системы патриотического воспитания и выбор в качестве цели этой системы формирование человека в условиях Донецкой Народной Республики вполне оправдан.

Опыт развития народной демократии показывает, что любое государство, избравшее данный путь, может быть только правовым. А это значит, что приоритет в многообразных отношениях в таком обществе принадлежит, в первую очередь, праву. Исходя из этого, правовой путь развития возможно в условиях только системы патриотического воспитания. Все остальное носит вспомогательный и дополняющий характер и может выступать в виде долгосрочных или краткосрочных составляющих. Кроме того, структура воспитательной системы должна быть тесно увязана с основными этапами и законами развития личности и с логикой их освоения.

Жизнь человека начинается с осознания себя, с освоения основных норм и правил, причем процесс этот невозможен вне активности самой формирующейся личности. А это значит, что на первом месте должны стоять не идеологические составляющие воспитания, а освоение правил и норм, начиная с самых простых истин, осознание и освоение собственных прав и обязанностей открывают дорогу гражданскому и нравственному воспитанию и т.д. С первых лет жизни ребенок должен познать ценность и смысл труда, без которого невозможно ничего достигнуть, ничего совершить. При этом ориентироваться следует не только на результат труда (как вознаграждение), но и на сам процесс.

Что же касается идеологического наполнения воспитания, то оно определяется содержанием патриотического. Предполагается выделение таких моментов, существующих в неразрывной взаимосвязи, – выделение в качестве несущих конструкций соответствующих природе человека направлений воспитания. Первое – такое построение патриотической системы воспитания, когда структура ее основных составляющих выстроена в соответствии с объективными потребностями формирующейся личности. Второе – в соответствии со спецификой этапов и законов формирования и развития личности. В каждом из них структура воспитания приобретает вид, присущий потребностям данного этапа, а также его целям и задачам. Методика реализации воспитательных задач заключается в диалектическом соответствии потребностей формирующейся личности интересам Донецкой Народной Республики и общества, как в конкретике, так и исходя из длительной перспективы.

Данный подход не закрепляет доминанту Донецкой Народной Республики как государства и его институтов относительно системы

патриотического воспитания, даже в том случае, если предположить создание конкретной воспитательной системы как государственного департамента. В последнее время все чаще высказываются и такого рода предложения. Это исходит из того, что особая роль республики в отношении к патриотическому воспитанию, как институту и процессу скорее закрепляется в функции государства как гаранта.

Система патриотического воспитания должна определяться на относительно дальнюю перспективу, воодушевить энергией самих воспитуемых, сообщив им, высшие позитивные цели жизни и сориентировав их на активную жизненную позицию в качестве реальных и значимых участников процесса возрождения города, села, республики.

Учитывая различие интересов республики, ее институтов, общественных организаций, с одной стороны, как естественное в силу различия их природы, целей, задач и т.д., а с другой стороны, в силу конъюнктурных претензий их лидеров в конкретной обстановке, складывающейся в Донецкой Народной Республике, необходимо достичь согласия по проблематике патриотического воспитания в общем виде, по целям и задачам, способам. Но при этом следует учесть, что достигнутое (на какой-то определенный срок) согласие должно быть обязательным для всех его участников. А гарантом исполнения такого соглашения может быть глава республики.

«В условиях Донецкой Народной Республики идеи патриотизма должны стать тем стержнем, вокруг которого формируются высокие, социально значимые чувства, убеждения, позиции и устремления молодежи, воспитывается ее готовность и способность к активным действиям на благо нашей Республики», – отметил депутат Народного Совета ДНР Дмитрий Гришин.

Для Донецкой Народной Республики нет более важной идеи, чем патриотизм, поскольку без этого не может состояться гражданственное и духовное становление личности. Без патриотизма не может состояться формирование сознательного, ответственного, преданного гражданина Донецкой Народной Республики. Поэтому наиболее актуальной задачей на данный момент общественного развития является разработка концептуально новых подходов к организации патриотического воспитания формированием теоретических основ и наиболее эффективных методов и форм его практической реализации.

Особенность действия воспитательных систем в процессе становления Донецкой Народной Республики заключается в том, что сама система воспитания приобретает государственно-общественный характер независимо от форм и уровня ее институционализации. А это значит, что в данном процессе утверждаются в сознании граждан Донецкой Народной Республики патриотические ценности и умения эти ценности отстаивать, защищать. Патриотические ценности наполнены событиями военной истории, закономерными отражениями ее опыта и в

воспитании. Практически все его элементы как бы пронизаны двумя заповедями, идущими к Гражданину от его предков: «помни о защитниках своей Родины»; «будь защитником ее». В условиях Донецкой Народной Республики, когда республика фактически превращена в огромную военную базу (что явно входит в противоречие, как с тенденциями мирового развития, так и с интересами развития республики), патриотическое воспитание по своей масштабности подменяло остальные направления и в определенной степени способствует маскировке разного рода недостатков.

Патриотическое воспитание в Донецкой Народной Республике определяется как многоплановая, масштабная и постоянно осуществляемая деятельность, включающая целевые, функциональные, социальные, организационные и другие аспекты, охватывающая своим воздействием практически все поколения, пронизывает в той или иной степени все стороны жизни, опирается на образование, культуру, религию, этносы, философию, историю, военное дело и т.д. Оно является неотъемлемой частью жизнедеятельности общества, целого ряда социальных и государственных институтов. Патриотическое воспитание требует учета многонационального состава ДНР и связанного с этим многообразия национально-этнических культур.

Исходя из этого, можно выделить такие направления:

- гражданско-патриотическое – целенаправленный, нравственно обусловленный процесс подготовки гражданина к функционированию и взаимодействию в условиях демократического общества, инициативному труду, участию в управлении социально ценными делами, реализации прав и обязанностей, укреплению ответственности за свой политический, нравственный и правовой выбор, за максимальное развитие своих способностей в целях достижения жизненного успеха;
- военно-патриотическое – формирование патриотизма, готовности к достойному служению Отечеству и его защите;
- духовно-нравственное – осознание личностью высших ценностей, идеалов и ориентиров, социально значимых процессов и явлений реальной жизни, способность руководствоваться ими в качестве определяющих принципов, позиций в практической деятельности и поведении;
- историко-патриотическое (краеведческое) – сосредотачивает усилия на познании исторических корней и осознании неповторимости Отечества и его судьбы, гордости за сопричастность к деяниям предков современного поколения и их исторической ответственности за происходящее в обществе и государстве;
- культурно-патриотическое – процесс педагогического воздействия на сознание, чувства, волю, в целом, личность граждан с целью развития у них: разносторонней эмоционально-чувственной

сферы, социально-нравственных, эстетических, общественно-художественных ценностей;

- спортивно-патриотическое – предполагает расширение общественных представлений о роли физического воспитания, распространение норм здорового образа жизни, усиление противодействия курению, алкоголизму и употреблению наркотиков, поиск новых путей укрепления здоровья граждан.

В условиях Донецкой Народной Республики патриотизм в основе своей имеет эмоционально-нравственную связь человека с его землей, историей, языком, традициями, культурой как ценностями, то есть если это ценности, то их следует, по необходимости, отстаивать, защищать. Патриотическое воспитание требует учитывать и сегодняшние реалии, в которых, с одной стороны, отражается потребность в военнослужащих, а с другой стороны, те процессы, характерные для военного положения в Донецкой Народной Республике.

Ориентированность патриотического воспитания на конечный результат предполагает достаточно высокую эффективность осуществляемой в этой сфере деятельности.

В результате данной деятельности ожидается утверждение патриотизма и патриотического самосознания личности, углубление процесса формирования основ гуманистического мировоззрения; формирование характерных черт патриота: активная поддержка и развитие государственности, соблюдение Конституции Донецкой Народной Республики; бережное отношение к богатствам родной природы, к родной культуре, языку, традициям, уважение к исторической памяти; повышение заинтересованности молодежи относительно государственной службы и службы в армии Донецкой Народной Республики, ее готовности к защите Родины; социально-экономический подъем, укрепление правовой и политической мощи государства, обеспечение обороноспособности и безопасности страны, достижение социальной стабильности в обществе, преодоление причин социальных, этнических, региональных и иных конфликтов.

Особое значение имеет то обстоятельство, что в лице патриотически воспитанной молодежи современное общество приобретает ценнейший компонент созидательного потенциала, который будет определяться, прежде всего, ее готовностью взять на себя ответственность за будущее Донецкой Народной Республики.

Список литературы

1. Баранов, Н.А. Патриотизм в системе общероссийских ценностей / Н.А.Баранов // Человек и его потребности в социально-политической и социально-психологической сферах. Материалы межвузовской научной конференции 10 декабря 2002 г.- СПб.: БГТУ, 2003. –С.50-53.

2. Петрова, Л.А. Формирование патриотизма / Л.А.Петрова // Психология, социология и педагогика. 2012. №3 [Электронный ресурс]. URL: <http://psychology.snauka.ru/2012/03/349>.

3. Щупленков, О.В. Воспитание патриотизма в новых исторических условиях / О.В. Щупленков // Современное образование. – 2013. – 3. – С. 70 - 112. DOI: 10.7256/2409-8736.2013.3.555. URL: http://www.e-notabene.ru/pp/article_555.html

УДК 339.138

А.А. Исаев (Уфа, Уфимский юридический институт МВД России) ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ С РУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКОВЬЮ КАК ОРГАНИЗАЦИЕЙ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Несмотря на то что Российская Федерация является светским государством, влияние религиозных конфессий на ее государственную политику несомненно. И пусть это влияние не является прямым, а лишь косвенным, опосредованным, его значение невозможно переоценить. В рамках данной работы нас интересует деятельность Русской православной церкви (РПЦ). В «Основах социальной концепции Русской Православной Церкви» говорится: «Нельзя понимать принцип светскости государства как означающий радикальное вытеснение религии из всех сфер жизни народа, отстранение религиозных объединений от участия в решении общественно значимых задач, лишение их права давать оценку действиям властей. Этот принцип предполагает лишь известное разделение сфер компетенции Церкви и власти, невмешательство их во внутренние дела друг друга. Церковь не должна брать на себя функции, принадлежащие государству: противостояние греху путем насилия, использование мирских властных полномочий, принятие на себя функций государственной власти, предполагающих принуждение или ограничение. В то же время Церковь может обращаться к государственной власти с просьбой или призывом употребить власть в тех или иных случаях, однако право решения этого вопроса остается за государством» [1]. В этом документе выделяется достаточно объемный по содержанию отдельный раздел «Церковь и государство». И в нем ясно и последовательно раскрывается история взаимоотношений Церкви и государства, обосновывается невозможность утраты этой связи и необходимость ее укрепления на современном этапе развития общества: «Государство, в том числе светское, как правило, осознает свое призвание устроить жизнь народа на началах добра и правды, заботясь о материальном и духовном благосостоянии общества. Поэтому Церковь может взаимодействовать с государством в делах, служащих благу самой Церкви, личности и общества. Для Церкви такое

взаимодействие должно быть частью ее спасительной миссии, объемлющей всестороннее попечение о человеке. Церковь призвана принимать участие в устройении человеческой жизни во всех областях, где это возможно, и объединять соответствующие усилия с представителями светской власти» [1].

В этом документе четко выделяются области сотрудничества Церкви и государства в нынешний исторический период. Среди них есть те, которые напрямую перекликаются с целями и задачами деятельности органов внутренних дел (ОВД) в современных условиях: миротворчество на международном, межэтническом и гражданском уровнях, содействие взаимопониманию и сотрудничеству между людьми, народами и государствами; духовное, культурное, нравственное и патриотическое образование и воспитание (основополагающая задача для вузов МВД России); попечение о воинах и сотрудниках правоохранительных учреждений, их духовно-нравственное воспитание; труды по профилактике правонарушений, попечение о лицах, находящихся в местах лишения свободы; противодействие деятельности псевдорелигиозных структур, представляющих опасность для личности и общества [1]. На необходимость тесного сотрудничества указывают Н.С. Нижник, Н.С. Меньшикова: «Важную роль в обеспечении взаимодействия институтов гражданского общества с государством в сфере реализации его правоохранительной функции сегодня играют Русская Православная Церковь (далее – РПЦ) и другие традиционные для России конфессии... Взаимодействие РПЦ с государственными органами в области охраны общественного порядка рассматривается Русской Православной Церковью как одно из важных направлений своей общественной деятельности. РПЦ ставит перед собой задачу помощи правоохранительным органам в профилактике, предотвращении преступлений, нравственном развитии общества, патриотическом воспитании молодежи» [2, с. 63]. Важность пристального внимания к взаимодействию органов внутренних дел именно с Русской православной церковью объясняет и В.Н. Вдович: «Религиозная ситуация, сложившаяся в современной России, требует от руководителей внутренних дел знания особенностей основных конфессий и умения использовать их в оперативно-служебной деятельности и работе с личным составом. Как свидетельствуют социологические исследования и статистические данные, в нашей стране наиболее широко представлены последователи христианства православного вероисповедания. Православие, и прежде всего Русская православная церковь, остается самой массовой религиозной конфессией в России. По количеству религиозных обществ она превосходит все другие религиозные организации, вместе взятые [3].

Правовой основой данного сотрудничества выступает Соглашение между Русской православной церковью (РПЦ) и Министерством внутренних дел Российской Федерации, подписанное 17 ноября 2004 г. Законодательно вопросы взаимодействия и сотрудничества закрепил Федеральный закон от 07.02.2011 №3-ФЗ «О полиции». Глава 2 «Принципы деятельности полиции» в числе прочих называет «Взаимодействие и сотрудничество». П. 3 ст. 10 гласит: «Полиция в пределах своих полномочий оказывает содействие государственным и муниципальным органам, общественным объединениям и организациям в обеспечении защиты прав и свобод граждан, соблюдения законности и правопорядка, а также оказывает поддержку развитию гражданских инициатив в сфере предупреждения правонарушений и обеспечения правопорядка». Далее в п. 4 указанной статьи говорится «Государственные и муниципальные органы, общественные объединения, организации и должностные лица должны оказывать содействие полиции при выполнении возложенных на нее обязанностей» [15]. Таким образом, сотрудничество предполагается взаимовыгодным.

До революции присутствие Церкви среди сотрудников полиции не вызывало вопросов и было вполне естественным. Это объясняется тем, что практически 100 процентов личного состава были крещеными людьми. Однако почти 80-летний период безбожной советской власти разорвал эту связь. Нельзя сказать, что она начинает восстанавливаться только после подписания официального соглашения. Сотрудничество лишь приобрело правовой статус. Как отмечает в своем интервью корреспонденту газеты «Щит и меч» протоиерей Сергей Привалов, возглавляющий Синодальный отдел Московского Патриархата по взаимодействию с Вооруженными силами и правоохранительными органами: «Особенно активно взаимодействие РПЦ и МВД развивалось в годы первого чеченского кризиса 1994-1996 годов и контртеррористической операции, когда многие сотрудники направлялись в служебные командировки на Северный Кавказ. Тогда не по настоянию Церкви, но по предложению милицейского руководства, выражающего волю и желание своих подчиненных, была заложена основа для дальнейшего сотрудничества-сотрудничества» [4, с. 14].

Авторы статьи «Взаимодействие ОВД России с общественными организациями в борьбе с экстремизмом и терроризмом: результаты, проблемы, перспективы» А.В. Зимин, Ю.В. Латов выделяя направления в российском опыте взаимодействия органов внутренних дел (ОВД) с общественными организациями, одним из важнейших называют взаимодействие с Русской православной церковью, которую они рассматривают как организацию гражданского общества [См.: 5, с. 45]. Ю. В. Сергеева в своем диссертационном исследовании пишет: «Как социальный институт гражданское общество объективно нацелено на

активное сотрудничество с государством в решении наиболее острых общественно-политических и экономических задач и служит своего рода критерием эффективности выполнения государственными структурами своих функций. Поэтому обеспечение системного взаимодействия между органами власти и институтами гражданского общества рассматривается в качестве важнейшего условия эффективного управления в демократическом государстве» [6, с. 118]. Взаимодействие ОВД с РПЦ носит сегодня институционализированный характер и не только на федеральном уровне. Во многих субъектах нашего государства заключены соглашения о сотрудничестве МВД, ГУВД, УВД с представителями различных религиозных конфессий, в том числе с епархиями Русской православной церкви.

В вышеупомянутом интервью протоиерей Сергей Привалов совместную деятельность МВД и РПЦ объединяет одной целью: «Девиз министерства: «Служа закону – служим народу!». А Церковь в своей деятельности руководствуется заповедями Божьими – Законами, данными людям Богом. Таким образом, мы с МВД делаем, по сути, общее дело, значит, мы – союзники и соотрудники!» [4, с. 14].

Велика и неопределима роль православных организаций в распространении духовно-нравственных ценностей. Об этом еще в 1926 году в своей статье «Братство и пути православного студенческого движения» писал Н.А. Клепинин: «Каков бы ни был строй в России, которому будет суждено заменить большевиков, можно сказать, что значение православных организаций будет огромно. Православие – сердце России. Если это сердце не будет биться, не будет жизни и в теле» [7, с. 367]. Примером деятельности подобных организаций являются Православные военно-патриотические клубы. При Свято-Пантелеимоновском храме г. Уфы с 2002 года действует клуб «Александр Невский», возглавляемый настоятелем храма протоиереем Виктором Ивановым. Сами организаторы этого объединения о его задаче говорят так: «Дать подросткам нравственные и духовные ориентиры на основе Православной веры; привить любовь и верность своему Отечеству, изучая его героическое прошлое и настоящее; воспитать готовность и умение защитить свою Родину и ее святыни, подготовить ребят к армии» [9, с. 13]. Не остаются в стороне от этой работы и органы внутренних дел. Их сотрудники контролируют функционирование детских летних оздоровительных лагерей, устанавливают тесное сотрудничество с центрами, создаваемыми по инициативе религиозных организаций, в которых проводят занятия по физической культуре, основам правоведения и другим дисциплинам, дополняя работу священнослужителей.

«Помощь, которую может оказать силовым ведомствам Церковь, не только духовно-нравственная профилактика, но возвращение к истокам самосознания, основанного на идее жертвенного и

бескорыстного служения своему народу и Отечеству», – пишет С.В. Денисенко в своей статье «Государственно-конфессиональные соглашения о сотрудничестве и духовно-нравственное воспитание сотрудников полиции» [11, с. 18]. Автор приводит в пример начальника УВД Западного округа Москвы полковника милиции А. Маслова, который еще в 2009 году восстановил российскую традицию торжественного освящения табельного оружия и погон сотрудников милиции, считая жизненно необходимым сотрудничество с Русской Церковью, тем самым поставив вопросы нравственного воспитания на первое место.

Актуальной остается сегодня для органов внутренних дел проблема духовно-нравственной и психологической реабилитации лиц, выполнявших оперативно-служебные задачи в экстремальных условиях, а также членов их семей. В целях ее преодоления проводятся богослужения и иные религиозные обряды для убывающих в служебные командировки по выполнению боевых заданий сотрудников органов внутренних дел, в самих горячих точках и зонах вооруженных конфликтов. Творческие коллективы религиозных организаций выступают в госпиталях, больницах, подразделениях органов внутренних дел, воинских частях внутренних войск. По этому поводу С.В. Денисенко пишет: «Напутственное слово представителей и благословение Православной церкви помогают бойцам и провожающим их родственникам сформировать уверенность в благополучном возвращении домой из служебной командировки» [11, с. 19].

Отдельно следует остановиться на участии Русской православной церкви в работе по духовно-нравственному воспитанию в образовательных организациях системы МВД России. Уфимский юридический институт МВД России расположен на территории Успенского мужского монастыря, который был возрожден здесь в начале XIX в. (сама история монастыря начинается с конца XVI в., но в 1764 г. он был закрыт) и просуществовал до 1918 г. Сейчас на территории института находится здание монастырской звонницы, отреставрированное усилиями постоянного состава, курсантов и слушателей [См.: 14, с. 14-16]. В нем открыт храм, освященный во имя Святителя Митрофана Воронежского. По воскресным дням здесь проводит богослужения клирик Покровского храма с. Красноусольский иерей Рафаил (Королев). Двери храма открыты для всех желающих сотрудников, работников, курсантов и слушателей института.

Отец Сергей в своем интервью газете «Щит и меч» очень верно характеризует сложившуюся тенденцию: «...Открытие часовен и храмов, присутствие и участие священников в учебном и воспитательном процессе является вполне органичным этапом возвращения людей в погонах к вере. Мы лишь в меру своих сил поддерживаем эти стремления» [4, с. 14]. Он приводит данные о том, что практически во всех учебных организациях и во многих территориальных управлениях и

подразделениях органов внутренних дел оборудованы или построены храмы, часовни, молельные комнаты. Далее корреспондент газеты задает в связи с этим важный для всех сотрудников вопрос: Не возникает ли противоречий с Конституцией Российской Федерации? Ответ протоиерея Сергия Привалова четко все разъясняет: «В действующей Конституции отделены лишь религиозные объединения. А это означает, что храмы и часовни на территории государственных учреждений возводить можно, а формировать приход и юридически его оформлять – нельзя. Таким образом, есть храм, к нему прикреплен священник, который совершает богослужения, а юридически оформленного прихода нет. ...Поэтому мы действуем в рамках законов: не вмешиваясь в служебную деятельность ведомства или частную жизнь его сотрудников, помогаем всем желающим реализовать свое право на получение информации и помощи в религиозных и духовных вопросах» [4, с. 14].

Список литературы

1. Основы социальной концепции Русской Православной Церкви, принятые Освященным Архиерейским Собором Русской Православной Церкви (Москва, 13-16 августа 2000 г.) // Официальный сайт Русской Православной Церкви // URL: <http://www.patriarchia.ru/db/print/419128.html> (дата обращения: 19.03.2015).
2. Нижник, Н.С., Меньшикова Н.С. Государственные органы и институты гражданского общества: формирование модели партнерских взаимоотношений по реализации правоохранительной функции российского государства / Н.С.Нижник // Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. –2014. 2014. –Выпуск №2(36).
3. Вдович, В.Н. Взаимодействие органов внутренних дел с Русской православной церковью в сфере противодействия религиозному экстремизму / В.Н.Вдович // Труды Академии управления МВД России. – 2009. – № 2. URL: <http://jurnal.amvd.ru/indviewst.php?stt=257&SID=> (дата обращения: 30.03.2015).
4. Вместе бороться с грехом и беззаконием // Щит и меч. – 2014. – № 35.
5. Совершенствование деятельности правоохранительных органов по предупреждению экстремизма: сборник материалов межведомственной научно-практической конференции (5 мая 2010 г., г. Казань). – Казань : КЮИ МВД России, 2010.
6. Сергеева, Ю. В. Административно-правовое регулирование противодействия молодежному экстремизму органами внутренних дел: дис. ... канд. юр. наук. – М., 2014.
7. Путь. Орган русской религиозной мысли. Книга 1 (I-VI). – М.: Информ-Прогресс, 1992.

9. С днем рождения, школа! // Уфимские епархиальные ведомости. – 2012. – №13.

11. Религиозная ситуация в российских регионах: тезисы докладов и сообщений Четвертой всерос. науч.-практ. конф. (Омск, 7-8 октября 2014 г.). – Омск: Омская академия МВД России, 2014.

14. Храня традиции и ускоряя шаг: Образовательному учреждению МВД России в г. Уфе 35 лет. – Уфа : Уфимский юридический институт МВД России, 2006.

15. Федеральный закон от 07.02.2011 №3-ФЗ «О полиции». URL: http://www.consultant.ru/popular/police/115_2.html#p133 (дата обращения: 02.03.2015).

УДК 339.138

И.В. Сабирзянова (Донецк, ГОУ ВПО «Донецкий государственный университет управления»)

ДОВЕРИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА

Современное состояние теории и практики современного социального управления характеризуется поиском путей для создания эффективных, востребованных обществом моделей управления, способных преодолеть извечный антагонизм и конфронтацию, заложенную как в самой природе человека, так и в природе любых социальных объектов им создаваемых. Поиск социально-адекватных, цивилизованных форм взаимодействия приводит нас к идее социального партнерства и партнерских отношений, посредством которых возможно не только разрешение, но и реализация искомой модели управления, способствующей снятию социальной напряженности и созданию условий для построения гражданского общества.

В любой области общественного бытия присутствует тот аспект взаимоотношений между индивидами, группами, организациями, в обществе в целом, который может быть выражен во всеобщей эмпирической категории доверия. В современном обществе возрастает проблема дефицита доверия и низкий уровень доверия к организациям, причиной и следствием чего являются социально-экономические деформации. Недоверие и неуверенность приводят к резкому увеличению экономических, политических, культурных и других издержек, снижается стабильность общественной системы. Происходит размывание национальных социокультурных ценностей и повышение социальной напряженности.

В основание последующих междисциплинарных представлений о доверии положен социально-философский анализ феномена, изложенный в трудах Аврелия Августина, И. Канта, М. Вебера,

Э. Дюркгейма, М. Бубера, П. Тиллиха, Ф. Фукуямы и др., где выделены сущностные основания социального порядка, действия и обмена.

Начиная с 50-х гг. XX столетия в зарубежной историографии актуализируется психологическое направление в изучении феномена доверия. С. Джулард и П. Ласкоу, исследовали доверие с точки зрения самораскрытия внутреннего «Я». С. Джулард впервые выделил понятие «норма доверительности», которое понимал, как способность реагировать доверительностью на доверительность в соответствии с обстоятельствами общения в диаде и со своим действенным «Я». С точки зрения данного подхода, поведение доверяющего человека в каждый момент времени находится под влиянием двух противоположных тенденций, одна из которых толкает человека на то, чтобы довериться, а другая – подавить это стремление [1].

Представители интеракционизма (И. Альтман, К. Гиффин, Б. Пэттон, Дж. Хоманс) предложили следующее понимание доверия: человек, выбранный как объект доверительности, должен расценивать это как «приобретение», но степень, в которой проявляется доверие при эффективном общении, должна быть взаимной. Если в условиях кооперации доверяет только один, а другой использует это доверие, то взаимодействие прекращается [2].

К концу 90-х. сложились две традиции в изучении роли доверия в сотрудничестве. Одна традиция заключалась в исследовании доверия в процессе обмена (Р. Эмерсон, К. Кук, Т. Ямагиши и др.), другая – при выборе партнера по обмену (Р. Дауэс, М. Дойч, Д. Виллер, Д. Марковски, П. Эке и др.).

Среди отечественных исследователей следует выделить следующих авторов: В. Бехтеев, В. Куликов, А. Олейник, В. Полтерович, Б. Поршневу, В. Сафонов, В. Тамбовцев, А. Хараш, А. Шаститко и др. К проблеме доверия в деловых отношениях в разные годы обращались И. Антоненко, И. Балущий, А. Журавлев и В. Сумарокова, П. Шихирев. Однако в отечественных работах доверие не было предметом самостоятельного анализа, данное понятие довольно широко использовалось специалистами в контексте других проблем.

Следовательно, накоплен значительный материал теоретического и прикладного характера, изучены процессуальная и динамическая стороны возникновения и разрушения доверия и разработано множество методик его измерения. В то же время, теория доверия, его виды, факторы, структурные элементы и свойства, определены не в полной мере. Продолжается полемика о сущности и содержании категории доверия, выделении схожих критериев с такими явлениями, как доверчивость, доверительность, убежденность, вера и т.д. По-прежнему составляет сложность вычленение эмпирически измеряемых аспектов доверия. Соответственно требует разрешения вопрос о возможности создания доверия как качественной характеристики,

которая способствует социально-экономическому развитию, построению взаимовыгодного сотрудничества и расширению возможностей формирования социально-партнерских отношений.

В условиях неопределенности и меняющейся социальной действительности, организация, для достижения целей, нуждается в стабилизирующем ее функционирование факторе. Именно доверие выступает в качестве регулирующего фактора, так как оно латентно контролирует выполнение взаимных норм и обязанностей. Большинство исследователей отмечают, что доверие – это фундаментальное условие взаимодействия человека с миром, оно позволяет ему рисковать и испытывать свои возможности, выступает условием развития.

Анализ отечественных и зарубежных исследований по проблеме позволил нам выделить следующие функции доверия: во-первых, доверие выступает условием целостного взаимодействия человека с миром; во-вторых, можно говорить, что оно способствует слиянию прошлого, настоящего и будущего в целостный акт жизнедеятельности; в-третьих, создает эффект целостности бытия человека; в-четвертых, доверие является мерой соответствия поведения ожиданиям, предъявляемым социумом.

В современной экономической науке доверие определяют в качестве одной из ключевых составляющих «социального капитала», который понимается как система неформальных правил и механизмов, действующих внутри определенной группы людей или даже в рамках целой страны [4, с. 197]. Доверие как капитал предполагает положительные результаты в будущем – обладая им, человек воплощает в жизнь собственные цели, затрачивая меньше усилий, при положительной обратной реакции – доверие порождает доверие. Оно накапливается как социальный ресурс, в форме успешного опыта взаимодействия. С точки зрения конструктивных функций оно активизирует энергию взаимодействия людей и ускоряет процесс социального обмена. Доверие является фактором поддержания устойчивости и интегрированности групп, поэтому играет значительную роль в конструировании горизонтальных и вертикальных связей в системе общественных отношений, создавая возможность взаимодействия и кооперации при функциональном различии индивидов [5, с. 16]. Доверие в организации является неотделимым от понятия личного доверия, которое складывается в обществе и влияет на групповые процессы в организации, оно является мощным инструментом управления.

Структура доверия внутри организации может быть представлена в диалектическом единстве трех компонентов: доверие к личности руководителя – доверие сотрудников организации друг к другу – доверие к организации как безличной системе. Идеальная ситуация подразумевает честность и справедливость при распределении

материальных или иных вознаграждений и социальных бонусов, и соответствие процедур изначально заданным критериям [6, с. 4-6].

Все три компонента взаимосвязаны. Руководитель, который не завоевал или подорвал доверие к себе, неспособен построить прозрачные и доверительные взаимоотношения внутри коллектива. Злоупотребление доверием ведет к его ослаблению и снижению надежности в организации. Из-за недостатка доверия взаимодействие между членами коллектива, между руководителями и подчиненными становится неэффективным, повышается неудовлетворенность сотрудников, снижается мотивация, учащаются нервные стрессы, коллектив утрачивает способность адаптироваться к изменениям, вследствие чего возникает неадекватный социально-психологический климат. Высокий уровень недоверия становится причиной возникновения конфликтов, увольнений, потерь партнеров, разрушения общепринятых норм и ценностей, под сомнение ставится существование организации как единого целого.

Ценности организации, разделяемые всем коллективом и продуцируемые его руководством, являются основой организационной культуры. Как правило, это совокупность основополагающих представлений о принципах работы, выраженных в словесной форме, способствующих консолидации группы и запечатленных в миссии организации. Такие ценности служат средством самоидентификации членов организации. Это означает, что руководитель должен создавать ощущение защищенности, поддерживать и поощрять подчиненных, внимательно относиться к доводимой до подчиненных информации.

Кроме того, необходимо учитывать, что внутриорганизационное доверие имеет рациональную и эмоциональную составляющие. Рациональная составляющая основывается на оценке компетентности, результативности труда и последовательности, предсказуемости поступков руководителя или подчиненных. Эмоциональная составляющая – на оценке доброжелательности и открытости для успешного решения проблем, мотивации на достижение общей цели, порядочности [7, с. 56].

Также следует отметить, что ведущая роль в формировании внутриорганизационного доверия принадлежит руководителю. На всех стадиях развития организации управленческая культура ее руководителя во многом может определить культуру организации. Он подбирает персонал, распределяет роли и задает базовые ценности философии организации, которую его последователи могут сохранять, укреплять и развивать.

Одной из основных задач руководителя является отслеживание уровня доверия в организации, так как детальный анализ результатов исследования уровня и проблем доверия способствует глубокой диагностике организационных проблем и выявлению потенциальных

направлений совершенствования управления; руководитель должен обладать такими качествами, как компетентность, работоспособность, постоянство, честность, открытость и выполнение обещаний, чтобы подчиненные склонны были проявлять доверие. [3, с. 146].

Выявляют также составляющие доверия подчиненных к руководителю: во-первых, степень восприятия и ценности людей как членов организации; во-вторых, вера подчиненных в благожелательность руководителя; в-третьих, нейтральность руководителя, состоящая из справедливости и беспристрастности [3, с. 149]. Для стимулирования роста организации посредством доверия, необходим процесс внедрения, который состоит из трех стадий. Первая стадия заключается в формулировании, оформлении и продумывании способов донесения ключевых моментов направления, по которому будет развиваться организация, чтобы стать основанной на доверии и эффективно функционирующей. Цель второй стадии состоит в донесении концепции, основанной на доверии организации, до всех сотрудников; мотивации и стимулирование переходного процесса, извещении о преимуществах концепции, ее положительном влиянии на рабочий процесс, которая обусловлена открытой коммуникацией, большей ответственностью за действия и большей зависимостью между работой и ее оплатой. Это способствует мобилизации готовности сотрудников к изменениям. На третьей стадии необходимо проведение оценки происходящих событий, рассмотрение отношения персонала к менеджерам, для выявления уровня эффективности происходящего процесса преобразования [3, с. 157].

Таким образом, наличие доверия в системе партнерских отношений является важнейшим условием ее функционирования. Руководство организации несет ответственность за создание и поддержание высокого уровня доверия, благодаря чему формируются направления совершенствования организационного управления, и реализуется стратегия развития организации в целом. Ключевыми факторами, обеспечивающими достижение преимуществ любой организации, являются: понимание руководителем важности диагностики уровня доверия, для выявления проблем в этой области, и умение профессионально управлять всеми аспектами деятельности.

Список литературы

1. Jourard, S.M. & Lasakow, P. (1958). Some factors in self-disclosure. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 56, p. 91-98.
2. Homans, G. Social Behaviorits elementary forms [Electronic resource] // N. Y., 1961. – 411 p. URL: <http://bookre.org/reader?file=1088078&pg>.
3. Ильин, Е. П. Психология доверия. – СПб. : Питер, 2013. – 288 с.
4. Сафина, Д. М. Доверие в организации /Д. М. Сафина // Ученые записки Казанского государственного университета. – Казань : КазГУ, 2005. – Т.147, серия «Гуманитарные науки», кн. 3. – С.196-203.

5. Ромашкин, Г. С. Доверие в российском обществе: экономико-социологический анализ: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.03; Тюмень, 2011. – 26 с.
6. Гордеева, А. А. Управление НКО: ставка на доверие. Советы руководителю / А. А. Гордеева.– СПб., 2008. – 58 с.
7. Купрейченко, А. Б. Психология доверия и недоверия. – М., 2008. – 564 с.

УДК 339.138

Е. В. Желнина (Тольятти, Тольяттинский государственный университет)

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ ИННОВАЦИИ В СТРУКТУРЕ ФЕНОМЕНА ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ

Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта №16-13-63003.

Появившиеся в конце 1970-х годов и завоевавшие большую популярность в дальнейшем, технологические инновации большинством исследователей признаются базисом нового типа общества – общества постиндустриального. Мы имеем в виду различного рода технологии: от уникальных научных идей до способов передачи социально значимой информации, от обновления программного обеспечения до новых офисных технологий. Вполне вероятно, настолько обширное количество технологических новинок может, непременно, привести к определённой социальной перестройке. Например, можно выделить значение глобальной интернет – сети, посредством которых индивид получает вполне реальные возможности достичь различного рода успеха (социального и психологического, коммерческого и финансового, организационного и управленческого), а также пройти необходимые этапы обучения. Кроме того, данный ресурс также может быть очень значим для общества: при соблюдении определённых условий он становится значимым инструментом в развитии демократических процессов социума. В качестве примера можно привести публичное обсуждение принимаемых законов, общественный контроль за государственными закупками.

Появляющиеся вновь и трансформирующиеся технологии так или иначе формируют совершенно новые типы социально-экономических отношений. Практически любые новации дают преимущества в конкурентной борьбе. Причем, данное соперничество может относиться к различного рода социальным системам и элементам. Во-первых, это традиционная конкуренция на рынке между предприятиями за расширение доли рынка, привлечение новых и удержание имеющихся потребителей продукции. Во-вторых, это может быть соревнование, между отдельными индивидами да обладание важными для них

благами. Необходимо отметить, что понятие об этих благах достаточно размыто, это может быть и вакантная должность, и призовое место на конкурсе, и информация. Главное, что каждый из индивидов желает во что бы то ни стало получить данное благо в свое единоличное пользование.

Необходимо отметить, что роль техники и технологий в социально-экономическом развитии общества стала объектом пристального изучения представителями академической науки лишь с 60-х годов XX века. До этого времени, несмотря на значительные, гениальные технические и технологические открытия и разработки XIX века, период Великой промышленной революции (Промышленного переворота), учёные-теоретики не уделяли какого бы то ни было внимания данной области исследования. Данный факт может быть объяснён несколькими тезисами (условиями, причинами). Во-первых, были более значимые открытия в области естественных наук, которые привлекали внимание деятелей науки. Во-вторых, социальные науки в то время находились на этапе своего становления, институционализации. Поэтому учёные-обществоведы уделяли внимание на определение границ науки «социология», её категориального аппарата, а также изучали общество в целом, его строение, функции его отдельных элементов. Процессы социальной модернизации пока ещё не входили в список актуальных научных тем и проблем в конце XIX века. В-третьих, теоретической науке того времени не была свойственна традиция, которая определяла бы социальное развитие техническим прогрессом.

Подводя итог выявленным причинам, можно сказать, что до 60-х годов XX века технологии как ключевой фактор социально-экономического развития были своего рода «ящиком Пандоры» (черным ящиком) [3]. Предприятия, использовавшие новшества, делали это, на наш взгляд, исходя из стойкого ощущения неременной важности научно-технического прогресса, его пользы для блага дела. Практически не задумываясь о тех факторах, которые данное явление оказывает на социальную систему, социальные отношения, которые присутствуют как на данном предприятии, так и обществе в целом. В данных социально-экономических условиях научно-технический прогресс, достижения техники воспринимались как безусловное благо для цивилизации. Это и стало основной причиной «невнимания» к данным процессам со стороны академической науки, которая бы рассматривала его как фактор, имеющий способность изменять общество.

Но всё меняется, и взгляды учёных-обществоведов, гуманитариев обратились на ту область, которую они до этих пор игнорировали, обратились на изучение технологий, и новых технологий в том числе, с точки зрения их воздействия на общество. Ведь экономический прогресс, в принципе, не возможен без прогресса, развития

социального, поскольку именно люди, индивиды, составляющие данное конкретное общество и делают возможной и экономическую динамику.

Подводя итог вышесказанному, мы можем вывести определение социально-экономического прогресса, которое и составляет основу в изучении инновационной активности промышленных предприятий. Итак, социально-экономический прогресс представляет собой поступательное планомерное развитие общества, сопровождающееся обновлением применяемых технологий и оптимизацией социальной структуры, обеспечивающими экономическое благосостояние общества и стабильность (неконфликтность) социальных отношений.

Адаптированные к конкретной социально-экономической системе и внедрённые в структуру ее функционирования новые технологии способны изменить первоначальную структуру. Кроме того, нововведения ведут к отмиранию прежних практик, ценностей, отношений и т. д. Все это создает благоприятные условия для экономического роста, социального эволюционирования системы. Многие исследователи утверждают, что именно нововведения, новации выводили социально-экономические системы из постоянно возникающих и развивающихся кризисов. Именно поэтому мы можем сказать, что периодические обновления (а также организационные и государственные инвестиции в эти процессы) ведут к оживлению социально-экономической системы и экономики в целом, ведут к подъёму, развитию. На инновации И. А. Шумпетер [5] смотрит как на ключевое средство предупреждения и преодоления экономической нестабильности. То есть, обнаруживая и осваивая новые способы постоянных, обычных практик, действий и функционирования, общество страхует себя от экономических кризисов и тем самым не допускает появление другого рода кризисов: политических, социальных и т. д.

Именно данные выводы открывают перспективу для изучения инновационной активности, поскольку именно социальная структура производственной системы и производимое ею воздействие на поведение индивидов является той основой, в рамках которой возможны различного рода инновации. Создавая определённые социально-культурные условия, ценностные установки, можно воздействовать на динамику выявленных циклов развития.

Теоретическое и эмпирическое исследование инновационной активности промышленных предприятий необходимо начинать с родового понятия данной категории – инновации. Данный термин происходит от английского слова «innovation» – производство чего-либо нового. Поскольку данное слово имеет иностранное происхождение, мы можем наблюдать множество его интерпретаций. Например, следуя определению Организации экономического сотрудничества и развития, инновация представляет собой «технологическое нововведение, приложение научных и технических знаний, приводящее к успеху на

рынке» [3]. Данное определение, на наш взгляд, очень узкое, так как достаточно сильно связано с экономикой и технологией, и не предусматривает социального, морального, эстетического, ценностного развития. А концентрируется исключительно на экономическом успехе.

Существуют и более развёрнутые определения, в которых подчёркивается более сложный характер нововведения, рассматривается его системная основа. В них инновация изучается как особого рода процесс, состоящий из ряда последовательных этапов. В этом смысле технологическое нововведение рассматривается как совокупность технических, производных и коммерческих мероприятий, приводящих на рынки новые и улучшенные промышленные продукты и обеспечивающих коммерческое использование новых и улучшенных производственных процессов и оборудования.

Многие зарубежные и отечественные учёные придерживаются мнения, что инновация является конечным результатом разработки и внедрения «принципиально нового или модифицированного средства (новшества)» [1], который удовлетворяет конкретные общественные потребности и выдаёт ряд ожидаемых и латентных эффектов (экономический, социальный, экологический, моральный, психологический и так далее), не имеющие экономического эффекта ввиду различных причин, например, морального устаревания решения, но приносящие удовлетворение исследователю законченностью, завершённой работой.

Подводя итог вышесказанному, можно сказать, что под понятие «инновация» в промышленном производстве попадает большой спектр функционирования предприятия. Начиная с нового продукта и заканчивая социальной организацией и управлением в рамках производства традиционного продукта.

Список литературы

1. Гончаренко, Л. П. Инновационная политика / Л.П.Гончаренко. – М. : КноРус, 2009.
2. Денисов, Г. А. Инновации: отечественный и зарубежный опыт (анализ, финансирование, стимулирование). – М. : МАКС Пресс, 2001.
3. Коновалова, Н. И. Инновационные формы предоставления социальных услуг населению: дисс. ... кандидата экономических наук: 08.00.05. – М., 2009.
4. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. – 4-е изд., доп. – М. : ООО «ИНФОТЕХ, 2010.
5. Шумпетер, И. А. Теория экономического развития / И. А. Шумпетер. – М. : Эксмо, 2007.

УДК 339.138

**А.О. Чамчиян (Ульяновск, Ульяновский государственный
технический университет)**

ГЛОБАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ СОВРЕМЕННОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И ЕГО РОЛЬ В СТАНОВЛЕНИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Формирование глобального гражданского общества, как и построение глобальной экономики знаний – ключевые стратегические аспекты развития мира в XXI веке, в эпоху глобализации. Данные явления станут реальностью, когда разные государства мира пройдут этапы построения экономики знаний и становления гражданского общества на национальном уровне. Развитие гражданского общества не является автоматическим процессом. Весомая роль в его создании и дальнейшем становлении принадлежит образованию, благодаря которому индивид имеет возможность получить знание, выработать соответствующие умения и привычки, наличие которых призвано обеспечить надлежащий порядок, расширение и углубление взаимодействия между людьми.

Образование и общество неделимы. Одновременно с этим, именно система образования, реагируя на общественные и цивилизационные проблемы, будучи чувствительной к ним, способна оказывать существенное влияние на развитие тех или других тенденций в обществе, поддерживать или, наоборот, тормозить их, находить свои специфические возможности решения глобальных или локальных социальных проблем, предупреждать нежелательное развитие событий.

Говоря о формировании гражданского общества, необходимо учитывать инновационные особенности и разновидности изменений культурного пространства. Динамика современного культурного пространства заставляет выделять высшее образование не только как область социально-культурной сферы, а как процесс, который создает наиболее благоприятные возможности для адаптации человека в условиях гражданского общества, усвоения основных технологий, образцов и стереотипов культурных смыслов быстротечной исторической реальности. Поэтому сегодня, в эпоху глобализации, как в среде высших учебных заведений, так и на государственном уровне, значительно актуализируется исследование роли высшего образования в контексте гражданского общества. Уникальная миссия образования состоит в трансляции социального опыта, объединении достижений прошлого и будущего, сохранении и передаче потомкам культурной традиции и, вместе с тем, генерации и продуцировании инновационных идей, методик, технологий, основным механизмом осуществления, которых должны стать инновационные образовательные стратегии, которые должны обеспечить объединение фундаментальных достижений отечественной философии образования и эффективных

мировых примеров, которые формируют учебные и воспитательные практики настоящего.

Кроме того, очень показателен европейский пример значения высшего образования для формирования гражданского общества. В европейском обществе, начиная с античных времен, культивировалась ценность образования, которое эксплицитовалась, и как свобода самореализации личности, и значительно шире, как квинтэссенция культуры народа, его внутренний потенциал, способность к самосохранению и дальнейшему прогрессированию. Культурно-образовательные ценности, по мнению Б. С. Гершунского, «становятся ментальными и имеют повышенную стойкость и инерционность и противодействуют насильственным деформациям и форсированным революционно-реформаторским преобразованиям, допуская лишь эволюционный путь любых существенных и, тем более, необратимых изменений» [1]. Однако сегодня Европа столкнулась с беспрецедентным по масштабу миграционным кризисом, который, по оценкам исследователей, будет только усугубляться. Вузовское сообщество начинает осознавать значение этого кризиса и те проблемы, которые он с собой несет. В современных европейских условиях конкуренции за таланты беженцы рассматриваются не только как жертвы и источник расходов для местной экономики, но и в долгосрочной перспективе как ресурс для появления новых талантов для экономики знаний. Многие СМИ отмечают, что свободно говорящие по-английски молодые ближневосточные специалисты выражают надежду на то, что им удастся продолжить обучение или получить квалифицированное рабочее место и внести свой вклад в европейскую экономику. Однако гражданское общество Германии и других европейских стран уже сейчас столкнулось не только с проблемами восточности рынка труда, но и вопросами адаптации и социализации беженцев. Таким образом, ключевым элементом современного европейского высшего образования становится «принятие дополнительных мер студентами, учеными, университетами и правительствами для интеграции в академическое сообщество молодых сирийских и других ближневосточных студентов, ученых и преподавателей, находящихся в статусе беженцев» [2]. Это, вероятнее всего, может быть сделано за счет увеличения количества стипендий, ускорения процедур признания иностранных дипломов, организации программ изучения языков и предоставления общежитий. Данный пример перекликается с отечественными исследованиями изменения социального статуса интеллигенции в том мнении, что «целенаправленное использование капитала активной социальной группы, объединение ее усилий, формирование инновационного мышления у студентов вузов и колледжей будет способствовать увеличению доли успешных, готовых решать не только собственные, но и региональные проблемы» [3].

Осознавая роль высшего образования в формировании гражданского общества, следует также понимать, что современный контекст высшего образования во всем мире стремительно меняется. Перечислим основные факторы, которые отражают данное утверждение:

- Образовательная среда принимает все новые и новые формы, это подтверждается распространением онлайн-образования, появлением концепции обучения на протяжении всей жизни, созданием массовых открытых онлайн курсов (МООК) и появлением новых провайдеров образования, таких как МООК-платформ;

- Конкуренция в современной образовательной среде сильна, как никогда ранее и подтверждается усилением роли рейтингов;

- Высшее образование и исследовательская деятельность крайне важны для построения глобальной экономики знаний, т.е. являются опорными элементами формирования экономики знаний как высшего этапа развития постиндустриальной и инновационной экономики.

- Роль трансграничного образования растет. Концепция образования без границ принимает все новые формы и также является катализатором поиска новых форм сотрудничества существующих игроков на международном рынке образовательных услуг;

- Быстрое совершенствование технологий влияет на способы доставки знаний и получения доступа к высшему образованию;

- Меняется образовательная парадигма, структура спроса на образование, что влечет за собой изменение мышления, поведения и образа жизни студентов и исследователей;

- Изменяются механизмы владения, управления и финансирования высшего образования;

- Международное образование перестает существовать исключительно на уровне высшего образования, появление международного измерения на других образовательных уровнях, например Международный Бакалавриат, также влияет на развитие высшего образования;

- Растет профессиональная миграция, конкуренция за профессиональных работников усиливается на фоне становления глобальной экономики знаний, важность главного компонента которой – знания – не сопоставима с уровнем высшего образования во многих частях света, что, в свою очередь, стимулирует процессы интернационализации в вузах.

- В высшем образовании происходит изменение оценочных категорий эффективности образовательного процесса, появилось понятие компетентностного подхода, «образования с акцентом на результат» (outcome-based education). Целью традиционной системы обучения является передача знаний более старших поколений

студентам нового поколения и предоставление студентам образовательного пространства для обучения, причем оценки и рейтинги студентов составляются в сравнении их друг с другом и в уровне усвоения материала. Компетентностный подход в образовании предполагает выстраивание каждого компонента образовательной системы вокруг определенных целей, компетенций, где показатель эффективности – достижение обучающимися данных целей.

- Возможность трудоустройства по всему миру и меньшая социальная вовлеченность ставят вопросы оценки и признания дипломов и степеней;

Все вышеуказанное является отражением глобальных процессов, происходящих в мире. Одним из явлений, подчеркивающих развитие глобальных процессов в высшем образовании, стала интернационализация высшего образования (higher education internationalization), ставшая ведущим трендом российского высшего образования в последние десятилетия. В процесс интернационализации включились не только отдельные университеты или организации, но и целые государства. Это и не удивительно, поскольку интернационализация системы образования может принести значительные плоды. И не только в виде притока иностранных студентов, адаптации и социализации иностранных граждан. Этот процесс даёт серьёзный толчок к развитию как всей системы высшего образования государства, так и отдельно взятого высшего учебного заведения, которое желает быть конкурентоспособным на глобальном уровне.

Интернационализация высшего образования является, своего рода, ответом на процесс глобализации, в то же время, усиливая его интенсивность. В то время как построение глобальной экономики знаний и формирование глобального гражданского общества (global citizenship) являются ключевыми элементами процесса глобализации. Таким образом, интернационализация высшего образования является одновременно и результатом, и катализатором формирования глобального мира, неотъемлемой частью которого является гражданское общество.

Список литературы

1. Гершунский, Б. С. Философия образования для XXI века (в поисках практико-ориентированных образовательных концепций) / Б.С.Гершунский. –М., 1998. – 270 с.
2. Ханс де Вит, Филип Дж. Альтбах. Сирийские беженцы в Европе и высшее образование / Ханс де Вит, Филип Дж. Альтбах // Международное высшее образование. –№84 . –С. 13 - 24.
3. Шиняева, О.В. Изменение социального статуса российской интеллигенции в условиях перехода к рыночной экономике /

УДК 339.138

А.А. Былинская (Нижний Новгород, Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского)

РОЛЬ ПРОФСОЮЗОВ В СТАНОВЛЕНИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Одним из важнейших социальных институтов современного гражданского общества являются профсоюзы. Роль профсоюзов заключается в первую очередь в обеспечении представительства интересов и защите интересов работников предприятий и организаций на переговорах с работодателем по вопросам заключения и соблюдения условий коллективных договоров и соглашений, улучшения условий труда и предоставления дополнительных социальных гарантий.

Современный российский работник и его представители – профсоюзные организации являются наиболее заинтересованной стороной в развитии производства в России, являющегося для них не только важнейшим источником обеспечения средств к существованию, но и сферой саморазвития и личностного роста, так как не существует субъекта более заинтересованного в развитии работника, чем сам работник. Как отмечает О.А. Мазур, «История реставрации капитализма в России показала, что работники в большей мере заинтересованы в сохранении производства, чем сами собственники, которые успели «выкачать» из предприятий значительные средства и трансформировать их в зарубежные и местные непроизводственные активы.» [1, 64] Однако вопросы, связанные с развитием современного российского работника достаточно сложны для того, чтобы они могли эффективно решаться лишь индивидуальными усилиями отдельно взятых работников. Они могут решаться гораздо более эффективно путем согласованных действий работников, объединенных в профсоюзы.

Именно такие действия позволят сдержать процесс разрушения производственного и научного потенциала российской экономики, могут содействовать возрождению российской промышленности в будущем. Данная проблема является ключевым вопросом социально-экономического развития России и широко обсуждается сегодня в научных, политических и деловых кругах.

Как отмечается в статье С.Л. Ивановского, А.А. Былинской и Н.А. Ивановской, «К процессу выработки и принятия решений по проблемам моногородов на всех уровнях управления должны привлекаться в обязательном порядке в качестве партнеров – исходя из принципов функционирования демократического общества – наряду с собственниками предприятий также и трудовые коллективы

предприятий, общественные организации городов и регионов, а на федеральном уровне – крупные объединения профсоюзов и отраслевые профсоюзы, Союз малых городов РФ, Российский союз промышленников и предпринимателей.» [2, 92] .

Градообразующими обычно называют предприятия малых городов, но данный подход не вполне отражает сути градообразующих предприятий в индустриальной экономике, так как первоначально города создавались ремесленниками, а затем образовывались вокруг промышленных предприятий. И поскольку в России сегодня переход к постиндустриальному обществу еще не произошел, объективной необходимостью является развитие промышленности, причем на основе базовых принципов размещения производительных сил на всей территории страны от Калининграда до Петропавловска-Камчатского. Тем самым, профсоюзы должны всеми средствами, какие у них есть, бороться против того, чтобы предприятия выводили из городов, и не только против этого, а за развитие городов как центров крупного промышленного производства, так как вокруг крупной промышленности, где сосредоточен квалифицированный рабочий класс, сосредотачиваются научно-технические и научно-образовательные центры, появляются и развиваются учреждения культуры, получают активное развитие банки, активно развивается торговля.

Объективными ключевыми задачами российских профсоюзов в их борьбе за интересы работников являются борьба за сохранение и развитие производственного потенциала, за развитие производства, за расширенное воспроизводство работников, за увеличение нормы свободного времени общества за счет роста эффективности производства. Вышеуказанные задачи находят отражение в ряде документов, в частности в «Программе коллективных действий», принятой Федерацией Профсоюзов России.

Программой определены ключевые задачи коллективных действий работников, организуемых и поддерживаемых Федерацией Профсоюзов России в области трудовых отношений, в области национальной экономики, налогов и финансов, в области образования и здравоохранения, в области социального обеспечения, в области жилищной политики, в области национальных отношений, в области прав женщин и молодежи и в политической сфере – то есть в вопросах формирования ключевых составляющих гражданского общества.

В области трудовых отношений ключевыми задачами являются установление заработной платы российских работников на уровне ее стоимости, индексация зарплаты по мере роста цен и повышение уровня реального содержания заработной платы, стимулирующее рост производительности труда установление минимальной оплаты труда на уровне не ниже 40% от уровня средней по экономике, доведение доли зарплаты в издержках производства продукции до уровня развитых

стран, установление доли постоянной части зарплаты (тариф и связанные с ним выплаты) на уровне не менее 80%, повышение оплаты сверхурочных работ, работы в выходные и праздничные дни, в ночное и вечернее время, установление гарантий оплаты труда в денежной форме, увеличение свободного времени работников путём сокращения продолжительности рабочего дня без понижения заработка, а также за счет роста времени оплачиваемых отпусков, обеспечение реальных экономических гарантий полной занятости за счёт создания новых высокопроизводительных рабочих мест с благоприятными условиями труда, использование роста производительности труда не для увольнения работников, а для сокращения их рабочего и увеличения свободного времени, развитие системы профессиональной подготовки и переподготовки, ограничение практики заключения срочных трудовых договоров, согласование работодателем с профсоюзом решений, затрагивающих интересы работников, признание права работников на приостановку работы при невыплате зарплаты и нарушении правил охраны труда, аттестация рабочих мест по условиям труда, наделение каждого профсоюза правом на заключение коллективного договора в интересах своих членов, действие коллективного договора до заключения нового, заключение профессиональных тарифных соглашений, свободный доступ профсоюзов к информации, в том числе составляющей коммерческую тайну, касающейся экономического положения организаций, и право контроля профсоюзов за хозяйственной деятельностью организаций, осуществление права профсоюзов на ведение коллективных трудовых споров и забастовок, включая забастовки солидарности, политические и общенациональные экономические забастовки, реализация активных мероприятий по охране труда, развитие системы независимых инспекторов труда, введение уголовно-правовых санкций за невыполнение судебных решений по вопросам трудовых отношений, защита трудовых прав мигрантов и лиц без гражданства, в том числе путем приема их в единые с местными работниками профсоюзные организации, привлечение к уголовной ответственности работодателей в случае дискриминации при приеме на работу, незаконном увольнении.

В области национальной экономики, налогов и финансов ключевыми задачами, фиксируемыми программой, являются повышение реального содержания заработной платы, в том числе путем доведения номинальной заработной платы до стоимости рабочей силы, на основе снижения затрат труда, цен, тарифов на электроэнергию, железнодорожные перевозки, коммунальные услуги и т.п. в результате роста производительности труда за счет внедрения достижений научно-технического прогресса, национализация крупнейших корпораций. введение прогрессивного подоходного налогообложения, увеличение налогов на сверхприбыль компаний-монополистов, распределение

налогов между федеральным центром и регионами по системе 50 на 50, налоговые льготы для наукоемких отраслей, стимулирование наукоемких отраслей и фундаментальных исследований, развитие системы государственных программ и заказов в городе и закупок на селе, сохранение некоммерческого характера социальной сферы, восстановление и развитие социальных льгот и гарантий населению, отказ от политики выплаты внешних долгов и накопления золото-валютных резервов в ущерб социальным программам.

В области образования и здравоохранения ключевыми задачами являются развитие всеобщего бесплатного образования, доступного качественного здравоохранения, установление зарплаты бюджетников не ниже средней по промышленности, сохранение всех федеральных и региональных надбавок, рост зарплаты специалистов при росте квалификации, предоставление права на пенсию по выслуге лет, федеральное финансирование всей системы образования и здравоохранения, включение в специальный трудовой стаж работы в любом учреждении образования, здравоохранения и воспитания, независимо от его ведомственной принадлежности, отказ от перекачивания средств фонда медицинского страхования через частные страховые компании.

В области пенсионного обеспечения программой поставлены следующие задачи: переход к солидарной пенсионной системе, добровольный характер накопительной пенсии, установление минимальной пенсии на уровне выше прожиточного минимума, усиление значения стажа при расчете пенсий, индексация пенсий и пенсионных накоплений по мере роста цен на товары первой необходимости, установление бюджетных гарантий пенсионных накоплений и государственных гарантий отчисления средств работодателями на пенсионные счета граждан, ликвидация льготных пенсий депутатов и чиновников; установление единого для всех пенсионного закона.

В области жилищной политики поставлены следующие задачи: развитие жилищно-коммунального хозяйства в интересах населения, обеспечение финансовой прозрачности и подотчетности коммунальных монополий перед потребителями, сохранение и восстановление государственной (муниципальной) собственности на коммунальные монополии — предприятия, поставляющие электроэнергию, теплоэнергию, воду и газ, установка за бюджетные средства приборов учета в жилых домах в целях предотвращения перекладывания необоснованных затрат коммунальных предприятий на население, снижение платежей при некачественной поставке коммунальных услуг, государственное финансирование капитальных затрат в жилищно-коммунальное хозяйство, включая развитие жилищного строительства

для малоимущих, развитие государственных программ строительства жилья.

Задачами в области национальных отношений являются: осуществление подлинного равноправия людей независимо от национальности, борьба с проявлениями расизма, национализма и расовой дискриминации, утверждение в трудовых коллективах духа патриотизма и пролетарского интернационализма, развитие международных связей с профсоюзами и рабочим движением других стран мира.

В области прав женщин и молодежи поставлены задачи создания общественной атмосферы для установления подлинного равноправия между мужчинами и женщинами в распределении свободного времени, заработной плате и политическом представительстве, социальной поддержке семьи как ячейки общества, повышения детских пособий до прожиточного минимума, создания государственной программы обеспечения бесплатных, доступных услуг в области спорта и культуры.

Задачами, поставленными в политической сфере, являются : расширение прав трудящихся России, принятие закона об ответственности государства и его чиновников перед гражданами, в том числе за бездействие и волокиту, осуществление права отзыва депутатов на основе принципа выборов через трудовые коллективы, который делает отзыв осуществимым практически, формирование Совета Федерации путём выборов его членов гражданами соответствующего региона и расширение полномочий Федерального Собрания, особенно в сфере контроля за финансами государства, укрепление системы реального местного самоуправления (включая полную финансовую прозрачность бюджета перед гражданами, общественное обсуждение распределения бюджетов, возможность отзыва должностных лиц и депутатов населением), снижение барьера для прохождения политических партий в законодательные органы, вплоть до введения пропорциональной системы представительства политических партий, свободный доступ каждого человека к объективной и достоверной информации, использование трудящимися средств современной связи, государственная финансовая поддержка сельской прессы, доступность разных точек зрения на обсуждаемые общественно важные вопросы, свобода прессы, предоставление бесплатных помещений общественным организациям, сохранение светского характера государства и системы образования, соблюдение права на проведение митингов и демонстраций, содействие развитию общественных, в том числе профсоюзных, организаций.

Решая эти задачи, трудящиеся создадут условия для того, чтобы целью общественного производства стало обеспечение благосостояния и свободного всестороннего развития всех членов общества.

Программа выражает коренные интересы работников в их насущном проявлении, и получает поддержку как в передовых профсоюзных организациях, так и находит свой отклик у части отечественных предпринимателей, которая, в какой-то степени способна следовать прогрессивным интересам, интересам развития отечественного производства. Эта программа вызывает интерес и у части депутатского корпуса, что придает ей общественную значимость, предоставляет ей большую трибуну. Поэтому складываются предпосылки для того, чтобы она успешно выполнялась. Автор убежден, что коллективными действиями профсоюзных организаций и всех, кто является сторонниками профсоюзных организаций, эта программа будет реализована.

Список литературы

1. Мазур, О.А. Противоречия российских профсоюзов. Теоретические и практические вопросы борьбы профсоюзов за развитие России / О.А.Мазур. – Невинномысск, 2014. – С.63-67.
2. Ивановский, А.А. Моногорода в народном хозяйстве страны: развитие, проблемы, перспективы / А.А. Ивановский // Вестник Нижегородского ун-та им. Н.И. Лобачевского. –2011. –№5(2). –С. 91-97.

УДК 339.138

Д.С. Артамонов (Саратов, Саратовский национальный исследовательский университет)

КРАУДСОРСИНГ В РАБОТЕ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Проблема формирования институтов гражданского общества в современной России одна из наиболее острых. Построение правового государства предполагает включенность граждан в процессы, происходящие в их стране. Гражданское общество противостоит государству, но в тоже время оно необходимо ему. Без активной гражданской позиции, проявляемой по различным вопросам, органы государственной власти не видят пределов своих полномочий, что приводит к неэффективному управлению и массовым протестам в активной или пассивной форме. Гражданское общество в парадигме правового государства рассматривается не как что-то противостоящее органам государственной власти, не как оппозиция или тем более враг, а как объект взаимодействия, равноправный партнер. Отсутствие гражданского общества делает неэффективными стратегии управления, так как государство просто не видит с кем взаимодействовать, кем управлять и встречает пассивное сопротивление, уход граждан от выполнении общегосударственных задач, так как и они не видят в государстве партнера, а рассматривают его как автономную структуру, призванную ограничивать свободу жизнедеятельности граждан, как

«Левиафана» жестокого, но необходимого чудовища, для поддержания мира и стабильности в обществе.

Естественно государство, строящееся в рамках идеи правового государства, не устраивает такое положение вещей, оно стремится уменьшить негативное восприятие своих действий в обществе, добиться эффективности в управлении, получить общественную поддержку помощь. Для этого государству и нужно гражданское общество. Сегодня государство в России многое делает для инициирования процесса создания институтов гражданского общества, большие возможности для этого дают новые информационные технологии и распространение сети Интернет.

Отсутствие гражданского общества в России объясняется не только историческими причинами, а слабой вовлеченностью граждан РФ в процессы управления государством на современном этапе. Усилия высших государственных органов власти не дают массового положительного результата, так как не затрагивают индивидуалистских интересов граждан, местных проблем. Человек в первую очередь думает о решении своих насущных вопросов и не всегда видит взаимосвязь решений высших органов власти и своих индивидуальных интересов. Вследствие чего, процесс создания институтов гражданского общества инициированный «сверху», исходящей от высшей власти, выглядит однобоко и не решает поставленных задач. Институты гражданского общества превращаются в побочные органы управления государства, между ними и, собственно, государственными органами нет существенной разницы.

Гораздо эффективнее процесс создания гражданского общества идет, если он инициирован «снизу» самими гражданами при поддержке или с подачи государства, когда создаются горизонтальные общественные структуры. Как представляется, большую роль здесь могут сыграть муниципальные органы власти. Во-первых, муниципальные органы власти находятся ближе к населению, во-вторых, решают местные насущные проблемы, близкие каждому гражданину, в-третьих, могут эффективнее вовлечь граждан в процессы взаимодействия на платформе общих интересов.

Современные технологии дают большие возможности в установлении продуктивного диалога местной власти и общества, одной из них является технология краудсорсинга. Краудсорсинг можно рассматривать и как инструмент связей с общественностью, и как средство управления и взаимодействия с обществом, позволяющее привлекать и аккумулировать общественные ресурсы в целях решения конкретных задач. Краудсорсинговые проекты сегодня с успехом реализуются как в бизнесе, так и в общественной, государственной, политической сферах.

Муниципальные органы власти также используют данную технологию, однако не часто и выборочно, в тоже время активное ее применение позволит решать многие из задач, связанных с построением гражданского общества в России.

Технологии краудсорсинга восходят к тем приемам объединения ресурсов различных людей посредством сети Интернет для решения интеллектуальных или технических задач, которые были описаны Говардом Рейнгольдом в его книге «Умная толпа» в 2002 г. [1, с. 101-191] В 2003 г. Луис фон Ах предложил использовать понятие «**человеческих вычислений**» (human computation) для обозначения выполнения людьми в сети вычислительных задач, неподвластных компьютеру. И уже в 2006 г. термин «краудсорсинг» (crowdsourcing) был сформулирован Джеффом Хау (Jeff Howe), редактором журнала «Wired» в статье под названием «Восход краудсорсинга» [2, с. 5]. За несколько лет была проделана большая работа по изучению данного явления, что говорит о достаточно широком распространении краудсорсинговой технологии.

Государственными органами власти Российской Федерации данная технология применяется как на федеральном, так и региональном уровнях. Здесь следует упомянуть совместные проекты Агентства стратегических инициатив и компании Witology в рамках национальной предпринимательской инициативы по улучшению инвестиционного климата в России [3], концепцию «Российской общественной инициативы» и Указ Президента РФ от 04 марта 2013 № 183 «О рассмотрении общественных инициатив...» [4, с. 1019], систему «Открытое правительство» (www.большоеправительство.рф), а также региональные проекты: «Общество и власть: вместе на благо» Волгоградской области [5], «Общественный договор. Стандарты работы управляющих советов школ г. Москвы» [6].

Анализируя опыт применения краудсорсинговых проектов в России и за рубежом можно выделить основные технологии, которые можно было бы применять в работе местных органов власти на более широком уровне при взаимодействии с населением.

Одним из важнейших принципов современной государственной власти является транспарентность публичного управления. Транспарентность предполагает «прозрачность», понятность и честность власти. Открытость власти является важнейшим принципом правового государства, в практическом плане это означает доступность гражданам всей совокупности информации, используемой государством в процессе управления. Внедрение концепции «открытых данных» требует от органов государственной и муниципальной власти раскрытия своих информационных ресурсов, не представляющих государственную тайну, в таком формате, чтобы любой гражданин мог ими воспользоваться без специального запроса в соответствующий

государственный орган. Находящаяся в распоряжении власти информация по анализу, планированию и прогнозированию социально-экономического развития страны, необходимая для ведения хозяйственной деятельности должна быть доступна в сети Интернет. Это данные о предприятиях, о государственных корпорациях, об инвестиционном климате территории, о приватизации имущества, о государственных доходах и расходах, а также информация о расположении, деятельности и положении социальных учреждений, о загрязнении окружающей среды, уровне преступности и так далее [6]. Реализация концепции «открытых данных» является необходимым условием применения краудсорсинга в сфере муниципального управления.

Другой разновидностью краудсорсинга, применяемой муниципальными органами власти, является технология «партисипативного» бюджета. Формирование и расходование местного бюджета наиболее важная функция муниципалитетов, и хотя статьи расходов определяются органами местного самоуправления, граждане могут принять участие в выборе наиболее приоритетных направлений. Граждане не только должны быть проинформированы о том, куда расходуются муниципальные бюджетные средства («открытый бюджет»), но и сами могут путем интернет-голосования поучаствовать в распределении всего бюджета или его части. Кроме того, взаимодействие с населением по поводу бюджетных муниципальных расходов может вестись в виде консультаций с гражданами или получении наказов. Данный подход упрощает процесс формирования бюджета, повышает уровень авторитета органов местного самоуправления и степень доверия к ним, а также возрастает ответственность самой власти перед гражданами. Технология «партисипативного» бюджета применяется с 1990-х гг. в Бразилии, в России она впервые была применена в 2007 г. в Красноярске, затем в Череповце в 2010 г., Астрахани [5], Нижнем Новгороде [6, с. 84] и др. городах. Широкое распространение этой технологии доказывает ее эффективность.

На VII Съезде Всероссийской политической партии «Единая Россия» в 2006 г. было принято решение о запуске партийных проектов, одним из которых стал «Народный контроль» [10], однако в дальнейшем этот проект и его аналоги стали востребованы и другими общественными организациями, а также региональными органами власти. Данный проект с успехом реализуется правительствами Республики Татарстан, Ростовской, Астраханской областей, Ставропольского края, Южно-Сахалинска, Москвы и др. Каждый гражданин может зарегистрироваться на специальном Портале или портале государственных и муниципальных услуг и сообщить об общественной или личной проблеме, по которой будет проведена

проверка органами власти и принято соответствующее решение. Благодаря данной технологии население получает возможность высказать свои жалобы, претензии к власти и пожелания, а также возможность поддерживать заявки других людей и оценить деятельность того или иного ведомства [1]. Своевременное выполнение поступивших заявок и решение проблем, указанных населением, способно значительно повысить уровень лояльности к власти и улучшить имидж муниципальных органов. Данный вид краудсорсинга относится к простейшим формам данной технологии, а потому достаточно распространен и наиболее популярен у населения, его отличает высокая степень эффективности.

Наконец, ставшая уже классической технология краудсорсинга, при помощи которой государственные органы власти делегируют свои полномочия по решению какой-либо интеллектуальной проблемы виртуальному сообществу умных, талантливых людей, обладающих гражданской активностью, новыми и эффективными идеями, способностью к инновационному мышлению. Поиск идей, исполнителей и готового интеллектуального продукта государственными органами власти все чаще осуществляется при помощи краудсорсинга [2, с. 94-103]. Обращение к экспертам, практика создания рабочих групп, заказы у субподрядчиков интеллектуальных продуктов, поручение работы своим сотрудникам, хотя и показали свою эффективность, но, все же, имеют ряд недостатков. В частности, они не гарантируют от совершения ошибок при принятии экономических, социальных и политических решений, и кроме того, они требуют привлечения дополнительных финансовых и организационных средств, которых у муниципалитета часто не хватает.

Таким образом, краудсорсинг в работе муниципальных органов власти можно использовать при создании продукта (контента), голосовании за какое-либо решение, поиске решения интеллектуальной задачи, поиске людей (волонтеров), сборе информации, сборе мнений, тестировании и сборе средств (краудфандинг). Применение данной технологии позволит экономить ресурсы, будет способствовать повышению социальной активности граждан, вовлечению их в процессы местного самоуправления, улучшит имидж муниципальных органов власти и позволит более эффективно решать проблемы местного уровня, что в целом может приблизить построение гражданского общества в Российской Федерации.

Список литературы

1. Рейнгольд, Г. Умная толпа: новая социальная революция / Г. Рейнгольд . –М., 2006. –С. 101-191.

2. Официальный сайт Агентства стратегических инициатив [электронный ресурс]. URL: <http://www.asi.ru/projects/> (дата обращения: 10.07.2014).

3. Указ Президента РФ от 04.03.2013 № 183 «О рассмотрении общественных инициатив, направленных гражданами Российской Федерации с использованием Интернет-ресурса «Российская общественная инициатива» // СЗ РФ. –11.03.2013. –№ 10. –С. 1019.

4. Обращение администрации проекта // URL: <http://www.volga-dialog.ru> (дата обращения :20.09.14)

5. О проекте «Общественный договор. Стандарты работы управляющих советов школ Москвы» // URL: <http://gouo.crowdexpert.ru/page/view/3> (дата обращения :19.09.14)

6. Шолдышев, В. М. Транспарентность публичного управления и краудсорсинг как факторы развития экономики России / В.М. Шолдышев // Вопросы управления. – 2013. –Вып. №4 (25).

УДК 339.138

Л.Ф. Каримова (Пенза, Пензенский государственный университет) МАТЕРИАЛЬНОЕ БЛАГОСОСТОЯНИЕ НАСЕЛЕНИЯ КАК ФАКТОР КОНСОЛИДАЦИИ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА³

Материальное благосостояние населения в последние годы стало ключевой проблемой современного российского общества. Материальное благосостояние определяет возможности доступа определенных слоев населения к качественным услугам здравоохранения и образования, престижной работе, успешной социализации молодежи. Поэтому укрепление социальной консолидации является необходимым условием развития современной России.

В отношении к личности материальное благосостояние можно охарактеризовать как материальное положение индивидуума, при котором он в состоянии удовлетворить определенный круг базовых потребностей, необходимых для жизни, сохранения трудоспособности, продолжения рода.

Уровень жизни характеризует материальное благосостояние определенного слоя населения. В литературе уровень жизни подразделяется на три категории. Во-первых, достаток, который обеспечивает всестороннее развитие человека, нормальное восстановление физических и интеллектуальных возможностей; второй категорией является бедность, характеризующая то количество

³Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ «Консолидация различных социальных слоев и групп полиэтнических регионов Поволжья на основе общекультурных норм и единых ценностных приоритетов в условиях современной России», проект № 15-03-00382 а.

потребляемых благ, которое сохраняет работоспособность человека как низшую границу его рабочей силы; третья категория – нищета – определяет тот минимальный набор благ и услуг, который позволяет поддержать лишь биологические способности человека [1, с. 78].

Результаты социологического исследования (таблица 1), проведенного в рамках гранта РГНФ среди населения Пензенской, Саратовской и Ульяновской областях (выборка квотная по полу и возрасту, n=1780), показали, что большинство респондентов (57%) относятся к категории бедных. Из них 8 % крайне бедные, у которых не хватает денег даже на самые необходимые продукты питания. Значительная часть собственно бедных (49 %) живет от зарплаты до зарплаты, покупая самое необходимое, но покупка одежды вызывает затруднения.

Преобладание бедного населения в Пензенской, Саратовской и Ульяновской областях также подтверждает то, что 58 % респондентов не удовлетворены и лишь 25 % населения удовлетворены своим материальным положением. Таким образом, результаты исследования показывают, что большая часть населения состоит из бедного и малообеспеченного населения.

Таблица 1 – Распределение населения в зависимости от самооценки материального благосостояния респондента (в процентах от числа опрошенных, n=1780)

Варианты ответов	В целом по выборке n=1780
Денег до зарплаты не хватает на самые необходимые продукты	8 %
Живу от зарплаты до зарплаты, покупая самое необходимое	26%
На повседневные расходы денег достаточно, но покупка одежды вызывает затруднения	23%
Денег в основном хватает, но для покупки дорогих товаров пользуюсь кредитом или беру в долг	33%
Покупка дорогих товаров не вызывает затруднений	8%
В настоящее время могу почти ни в чем себе не отказывать	2%
Итого	100%

В 2015 г. департаментом социологии Финансового университета при Правительстве РФ опубликован рейтинг на основе самооценок своих доходов населением самых бедных городов России. Рейтинг составлен по результатам проведенного исследования в течение 2014 г. в 35-ти городах с населением более 500 тысяч человек.

По результатам самооценок своих доходов населением самым бедным городом России оказался г. Тольятти, где 57% жителей считают, что они являются малообеспеченными. Второе место занял город Астрахань с 56 % малообеспеченного населения. На третьем месте среди самых бедных городов России располагается Пенза, где 53% малообеспеченных жителей и на пятом месте город Саратов [2]. Таким

образом, результаты проведенного нами исследования и исследования, проведенного департаментом социологии, показали небольшую разницу в самооценках уровня бедности жителей города Пензы (57,5 и 53,0% соответственно).

Для более полного представления о материальном благосостоянии населения в Пензенском регионе на рисунке 1 показана динамика изменения самооценки материального положения семьи респондентов с 2008 по 2014 г.

Динамика самооценок населения показывает значительное увеличение бедного населения в городе с 37,2% в 2008 г. до 57,5% в 2014 г. Сельские жители, наоборот, к 2014 г. (52%) смогли частично преодолеть материальные трудности и благополучно адаптироваться в современном российском обществе по сравнению с 2008 г. (70,9 %). Также следует отметить увеличение малообеспеченного населения в области в период с 2008 по 2014 гг. на 13,7 % и сокращение на 33,6 % в городе. Важно отметить и существенное сокращение по области нищих семей, у которых денежных средств не хватает даже на питание с 10,5% в 2008 г. до 4,2% в 2014 г.

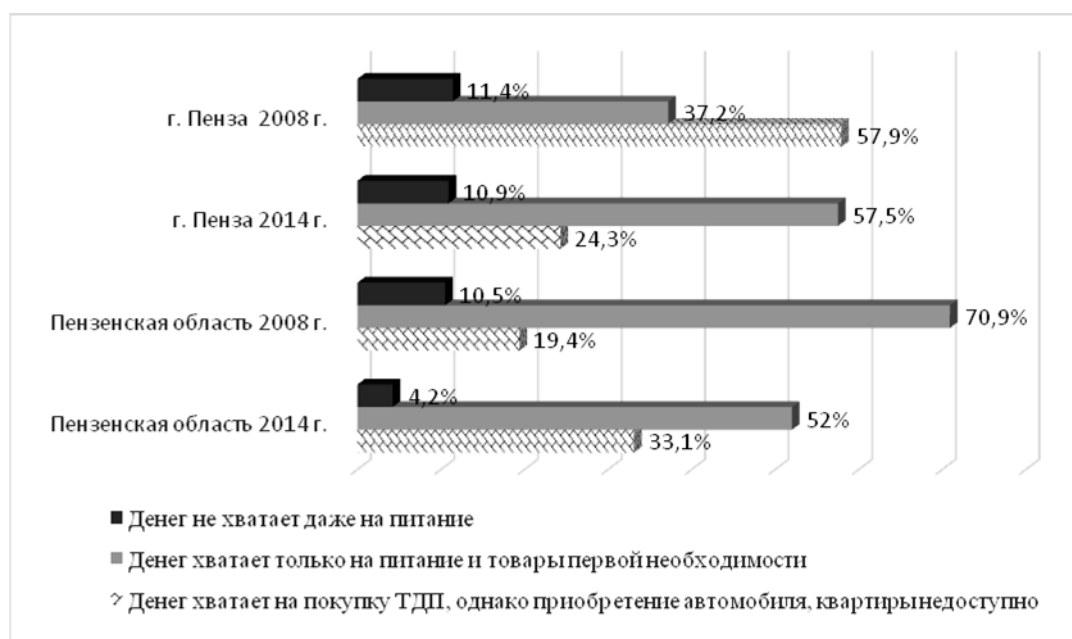


Рисунок 1 – Динамика материального благосостояния населения в регионе в зависимости от самооценки материального положения семьи респондента, 2008 и 2014 гг. (в процентах от числа опрошенных, n = 788, n = 816)

Примечание. Результаты 2008 г. представлены по: Социокультурные ценности и жизненные стратегии населения Пензенской области в транзитивном российском обществе: монография / Г. Б. Кошарная, Л. Т. Толубаева, А. П. Шумилин и др. ; под ред. Г. Б. Кошарной. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2009. – С. 59–60.

Представленная динамика самооценки материального благосостояния населения в регионе 2008–2014 гг. бесспорно

подтверждает повышение уровня жизни в области и худшее положение в городе. Данная ситуация характеризуется тем, что в 2014 г. среди сельских жителей стало больше малообеспеченных и меньше бедных и нищих семей, а в городе, наоборот, прослеживается тенденция постоянного обнищания населения, т.е. малообеспеченные семьи в силу сложившихся обстоятельств оказываются бедными [3, с. 133].

Анализ динамики регионального уровня бедности показал, что экономический кризис 2008 г. замедлил темпы роста доходов населения и тем самым вызвал существенное увеличение уровня бедности (54%) в Пензенском регионе. В 2014 г. не наблюдалось такого резкого изменения уровня бедности (54,8%), но следует отметить, что увеличение уровня бедности в регионе удалось избежать за счет улучшения материального положения сельского населения Пензенской области. В связи с тяжелым материальным положением в стране в 2015 г. наблюдается увеличение уровня бедности в регионе (56,3%) (см. рисунок 2).

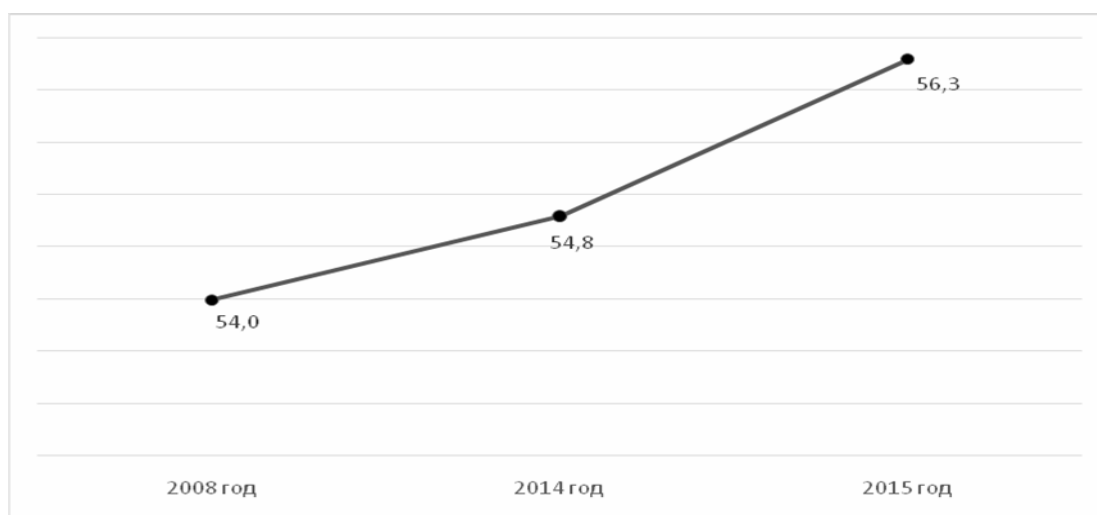


Рисунок 2 – Динамика уровня бедности в регионе за 2008 – 2015 гг. согласно самооценке респондентов

Источник: Результаты 2008 г. представлены по: Социокультурные ценности и жизненные стратегии населения Пензенской области в транзитивном российском обществе : моногр. / Г. Б. Кошарная, Л. Т. Толубаева, А. П. Шумилин и др. ; под ред. Г. Б. Кошарной. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2009. – С. 59–60; Результаты 2014 и 2015 гг. представлены по авторским исследованиям.

Таким образом, материальное благосостояние является одной из серьезнейших проблем современного российского общества. Неудовлетворенность населения своим материальным положением, безусловно, влияет на консолидационные процессы и приводит к столкновению различных слоев населения, представляющих разнообразные интересы.

Список литературы

1. Фахрутдинова, Е. В. Бедность в структуре показателей качества жизни населения / Е. В. Фахрутдинова, Л. М. Хуснутдинова // Экономические науки. – 2011. – №12. – С. 78–83.
2. Рейтинг самых бедных городов России. – URL: <http://www.go812.ru/news/715248> (дата обращения: 20.01.2015).
3. Каримова, Л. Ф. Основные подходы к измерению уровня бедности в современной России / Л. Ф. Каримова, Г. Б. Кошарная // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2013. – №4 (28). – С. 132–139.
4. Социокультурные ценности и жизненные стратегии населения Пензенской области в транзитивном российском обществе: монография / Г. Б. Кошарная, Л. Т. Толубаева, А. П. Шумилин и др. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2009. – 152 с.

УДК 339.138

Л.Т. Толубаева (Пенза, Пензенский государственный университет) ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ НА КОНСОЛИДАЦИЮ НАСЕЛЕНИЯ ПОЛИЭТНИЧЕСКИХ РЕГИОНОВ ПОВОЛЖЬЯ (ПО ИТОГАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ) *

Главным ресурсом консолидационного процесса в обществе является социальная активность населения, направленная на экономическое, политическое развитие страны. Социальная активность личности как явление в разные периоды жизни нашего общества занимало важное место в исследованиях многих ученых, которые большое внимание уделяли трактовке самого этого понятия, при этом либо противопоставляли, либо смешивали его с понятием общественной активности (Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, Г.М. Андреева, Л.И. Анцыферова, ДМ. Архангельский, ВТ. Афанасьев и др.). Вместе с тем, эта позиция не мешала придерживаться мнения, что социальная активность личности является важной формой ее проявления в разных сферах жизни общества: в трудовой, общественно-политической, в духовной. В различных словарях социальная активность рассматривается как совокупность форм человеческой деятельности, сознательно ориентированной на решение задач, стоящих перед обществом, классом, социальной группой в данный исторический период. В качестве субъекта социальной активности может выступать личность, коллектив, социальная группа, слой, класс, общество в целом.

* Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ «Консолидация различных социальных слоев и групп полиэтнических регионов Поволжья на основе общекультурных норм и единых ценностных приоритетов в условиях современной России», проект №15-03-00382 а.

Современная Россия сталкивается с серьезными вызовами, возможность решения которых лежит в объединении усилий всего общества, прежде всего, в проявлении социальной активности россиян. Среди факторов, влияющих на социальную активность, важную роль играет наличие гражданского общества. Для гражданского общества человек является высшей ценностью, а правовое государство создает условия для защиты его прав и свобод, способствуя развитию социальной активности граждан. Споры о том, существует или нет гражданское общество в России порою приводят к прямо противоположным утверждениям. Формирование гражданского общества имеет свои специфические черты в каждой общности. Имея сложную структуру, включающую разные стороны общественной жизни, гражданское общество формируется постепенно. Социолог и политолог Ральф Дарендорф утверждал, что «Гражданские общества не возникают за одну ночь, ни за тот срок, в течение которого можно составить демократическую конституцию или даже заложить основы рыночной экономики» [1, с.64.]. Путь России к становлению гражданского общества имеет свою специфику.

Своеобразным толчком к формированию гражданского общества в России были события 90-х годов XX в., после распада СССР и начала модернизационных процессов в обществе, связанных с его переходом от тоталитарного государства к правовому. Начиная с 90-х годов XX века в России возникают многочисленные политические партии, организации, ассоциации, союзы, движения и другие структуры, соответствующие по своим характеристикам гражданскому обществу. Их деятельность многообразна, и представлена в самых разных сферах общественной жизни: экономической, социальной, политической, духовной.

В этот период происходят важные изменения в российской действительности: реальная выборность представительной власти и разделение трех ветвей власти (законодательной, исполнительной, судебной); появление относительной прозрачности расходования бюджетных средств; некоторое ограничение роли чиновников в управлении страной; расширение сферы вовлеченности общественного сектора, так называемого «третьего сектора», в решение государственных дел. Активное участие «третьего сектора» в решении государственных дел – характерный признак существования гражданского общества. Можно выделить ряд основных направлений, способствующих развитию современного гражданского общества в России, это: расширение новых экономических отношений, плюрализм форм собственности; появление различных общественных объединений; создание предпосылок для творческой самореализации личности; формирование системы местного самоуправления; развитие

независимых средств массовой коммуникации; формирование юридической базы для гарантий свободы политических взглядов и др.

Гражданское общество способствует появлению механизмов, расширяющих пространство свободы для социальной активности граждан. В Федеральном законе «О гражданстве Российской Федерации» закреплено следующее понятие гражданства: «Гражданство Российской Федерации представляет собой устойчивую правовую политическую связь лица с Российской Федерацией, которая выражается в совокупности их взаимных прав и обязанностей» [2]. В современной России закон реализуется в разных проявлениях жизнедеятельности общества: в добровольно сформировавшихся первичных общностях людей, таких как семья, различного рода кооперации, ассоциации, общественные и профессиональные организации, этнические, конфессиональные объединения и другие; в присутствии негосударственных, неполитических отношений в экономической, социальной, духовной, нравственной, религиозной и других сферах жизни общества; в законах, ограждающих граждан от прямого вмешательства со стороны государственной власти в сферу их самопроявления. В свою очередь это создает возможность формировать широкую сеть общественных отношений, через которые граждане могли бы выражать самые различные социальные интересы, проявляя при этом социальную активность во всех сферах жизни общества. Значимую роль в изучении реального положения современного российского общества играют проводимые исследования, как на общероссийском уровне, так и среди населения отдельных регионов [3,4,5].

В 2015-2016 гг. научным коллективом в рамках гранта РГНФ было проведено исследование консолидации различных социальных слоев и групп полиэтнических регионов Поволжья на основе общекультурных норм и единых ценностных приоритетов в условиях современной России (*выборка квотная по полу и возрасту, n=1780*). Среди изучаемых проблем – анализ влияния социальной активности населения на консолидацию в *Пензенской, Саратовской и Ульяновской областях*.

Обращает на себя внимание позиция респондентов в отношении условий для достижения личных успехов.

Таблица 1 - «Какие условия являются лично для Вас наилучшими для достижения успеха?» (в процентах, n=1780)

№ п/п	Показатели	Всего
1	Наличие хорошего образования.	48
2	Материальная обеспеченность.	41
3	Наличие полезных связей.	24
4	Удача (случай, стечение обстоятельств).	21
5	Свобода для реализации своих потребностей и способностей.	30

6	Законность как установленный государством порядок.	14
7	Стабильность в стране.	42
8	Соблюдение нравственных принципов.	19

Примечание. Ответы на вопрос предполагали многовариантность, поэтому сумма ответов больше 100 %.

Анализ данных, представленных в таблице 1 подтверждает, что для достижения успехов респонденты рассчитывают, прежде всего, на собственную социальную активность как в сфере получения образования (48%), так и в обеспечении собственного материального благополучия (41%). Но при этом немаловажным для достижения успеха респонденты считают необходимость стабильности в стране (42%), свободы для реализации своих потребностей и способностей (30%). Вместе с тем признают, что на достижение успеха могут повлиять наличие полезных связей (24%), или случай, стечение обстоятельств, т.е. удача (21%). Иными словами, респонденты сознательно ориентированы на решение своих задач, в то же время такая социальная активность способствует решению многих задач, стоящих перед обществом в целом, создавая условия для консолидации различных социальных групп и слоев населения.

При достижении поставленных целей наиболее важными средствами для себя 34% респондентов считают собственную инициативность, предприимчивость, способность выразить себя, 42% опрошенных указывают на наличие профессионализма. Для 41% респондентов важным для достижения поставленных целей является семья. Определение семьи как значимого средства для достижения поставленных целей подтверждает, что для современной России ценность семьи все более становится всеохватывающей. Триада 90-х годов XX в. «законность–общение-семья» сегодня выглядит как «семья–законность–общение», т.е. места ценностей поменялись, что в целом можно рассматривать как важный фактор духовно-нравственной социальной активности россиян. Причиной возросшей роли семьи, как традиционной ценности, обусловлены различными факторами, среди которых и переживаемый сегодня кризис духовности и нравственности в обществе, что повышает роль семьи как общечеловеческой ценности.

В решении насущных проблем 49% респондентов в первую очередь предпочитают рассчитывать на свою самостоятельность, а 48% обратятся к помощи родных и близких друзей. При этом к помощи государства, либо к руководству (владельцу) предприятия, учреждения, в котором работают рассчитывают обратиться только 2% и 2% соответственно. Столь низкий процент рассчитывающих на помощь государства или руководство своего предприятия тревожный сигнал. Подобная позиция свидетельствует о невысоком доверии граждан государственным структурам. Вместе с тем проведенные исследования показывают достаточно высокое доверие руководящему составу страны.

Так полностью доверяю и скорее доверяют Правительству России более половины опрошенных респондентов – 67%, скорее не доверяют 19%, и совсем не доверяют 10% респондентов. На фоне таких ответов представляет интерес социальная активность респондентов по отношению к общественно-политической сфере (таблица 2).

Таблица 2 - «Каково Ваше отношение к политике?» (в процентах, n=1780)

№ п/п	Показатели	Всего
1	Постоянно интересуюсь политической информацией.	36
2	Интересуюсь от случая к случаю.	30
3	Имею определенную политическую ориентацию, позицию.	2
4	Политика меня не интересует	15
5	У меня нет определенной политической позиции	14
6	Затрудняюсь ответить	3

Данные таблицы свидетельствуют о не высокой социальной активности респондентов в сфере общественно-политической жизни общества. И если еще относительно достаточно большое число постоянно интересующихся политической информацией, либо интересующихся политической информацией от случая к случаю (36%, 30% соответственно), то всего 2% имеют определенную политическую ориентацию, позицию. У 14% нет определенной политической позиции, а 15% респондентов вообще не интересуются политикой. Такие данные свидетельствуют о необходимости повышенного внимания к процессам консолидации в общественно-политической сфере жизни общества, особенно в преддверии предстоящих выборов в Думу.

Таким образом, исследование влияния социальной активности на консолидацию населения полиэтнических регионов Поволжья показал неоднозначность этих процессов. В оценках респондентов присутствуют разные взгляды на свое участие в общественно-политической жизни, на состояние российского общества, и на происходящие в нем консолидационные процессы.

Список литературы

1. Дарендорф, Р. Современный социальный конфликт. Очерк политики свободы. / Р.Дарендорф. – М., 2002.
2. Федеральный закон от 31 мая 2002 г. № 62-ФЗ «О гражданстве Российской Федерации» // Российская газета. – 2002. – 5 июня (№ 100)
3. Горшков, М.К., Тихонова Н.Е. Социокультурные факторы консолидации российского общества / М.К.Горшков, Н.Е.Тихонова. – М.: ИС РАН, 2013.
4. Российское общество в контексте новых реалий (тезисы о главном). – М., 2015.

5. Кошарная, Г.Б. Ценности и ценностные ориентации студенческой молодежи Поволжья / Г.Б.Кошарная. –Пенза :Изд-во ПГУ, 2013.

УДК 339.138

О.В. Полетаева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ КАК УСЛОВИЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ УДАЛЕННЫХ НАЕМНЫХ РАБОТНИКОВ

Современное российское общество характеризуется «ненаправленностью перемен»: оно наполняется неопределенностью и рисками, а изменения не имеют ясных последствий и заранее прогнозируемых результатов. Востребованной жизненной стратегией становится гибкость и готовность переменам, позволяющая современному человеку выстраивать короткие жизненные проекты, ориентируясь на перспективу [1; 16].

Социальные трансформации отразились в сфере труда и занятости как на макроуровне, так и на уровне повседневных практик - в индивидуализированных стратегиях занятости. Отмечая, что «человек проводит за работой почти третью часть суток, т.е. приблизительно половину всего времени бодрствования», Э. Асп указывает на достигнутую к середине XX века «нормальную» занятость в организации с 8-часовым рабочим днем. Распространение под воздействием глобализации и информатизации практик занятости вне организации и других нестандартных трудовых отношений указывает на тенденцию возрастающей индивидуализации не только в трудовых стратегиях, но и в частной жизни.

Ярким примером произошедших за последние десять лет трансформаций является возникновение среди наемных работников группы фрилансеров как особой социальной общности и фриланса как модели занятости. Трансформации в трудовой сфере и занятости отразились в научной дискуссии: появились работы, описывающие удаленных наемных работников и такие типы трудовых отношений, как Интернет-занятость, автономная работа, фриланс. Новый исследовательский поворот и непродолжительная «история» изучения в социологии ставят на повестку дня не только анализ сущности фриланса, но и трудовых, жизненных стратегий фрилансеров.

Особую актуальность в этом контексте принимает анализ повседневных практик индивидов в ситуации «неструктурированного» образа жизни. В середине XX века исследователи задавались вопросами, почему люди работают, может ли быть так, чтобы труд превратился в удовольствие? [3; 32]. Ответы на эти вопросы основывались на эмпирических данных опросов рабочих заводов, занятость которых была predetermined и структурирована трудовым

законодательством, а время было разделено на рабочее и вне рабочее (свободное). В ходе изучения практик нестандартной занятости и фриланса сейчас возникает другой исследовательский вопрос: «Почему люди выбирают фриланс и самостоятельно выстраивают трудовую биографию с ее рисками и неопределенностью, отказываясь от занятости в организации, обеспечивающей стабильность и защищенность?».

Изучение актуальной ситуации в нестандартной занятости и фрилансе показывает возможность свободного регулирования работниками своего труда и отдыха в процессе самоорганизации профессиональной деятельности. Социологический анализ стиля жизни группы фрилансеров раскрывает особенности организации их занятости, отношения к работе, разделяемых ценностей, социального самочувствия и представлений о жизненном успехе. Индивидуализация занятости «смешивает» различные виды активности. Повседневная жизнь удаленного наемного работника структурируется в зависимости от характера работы, ее наличия или отсутствия, так как она зачастую является временной или проектной. Эти особенности жизнедеятельности удаленных наемных работников обуславливают стиль жизни.

Фриланс рассматривается как модель нестандартных трудовых отношений, которая строится не только на автономности процесса труда, но и на резком сокращении самих отношений. Фриланс является ярким воплощением индивидуализации трудовой биографии и обладает следующими чертами: индивидуализированные отношения «работник – работодатель», полная автономность в организации рабочего времени, использование современных Интернет-коммуникаций. Фриланс как модель занятости характеризуется свободой в организации труда работника и связан со следующими социокультурными явлениями.

1. Полизанятость, проектный режим работы и недолгосрочные трудовые отношения делают необходимыми постоянный поиск заказов. Это требует от фрилансера адекватного «просчета» времени выполнения работы, заключаемых договоренностей и выработки навыков планирования, целеполагания в достижении необходимых результатов.

2. Спорадический характер занятости, случайность и неконтролируемость появления работы влияют на организацию повседневности работника. Он должен уметь планировать свою жизнь таким образом, чтобы выполнять обязательства не в ущерб другим сферам жизнедеятельности.

3. Неформальный характер договоренностей между работниками и работодателями влияет на выработку механизмов защиты, снижения рисков – стороны предлагают «гарантии», например, предоплату за будущую работу или установку паролей в готовых проектах.

4. Фриланс формирует виртуальные рынки труда – социальное пространство, конструируемое вокруг временных исполнителей и работодателей, проектной работы, сообществ фрилансеров, способствующих защите трудовых отношений, получению новых знаний, повышению квалификации. Примером институционального оформления виртуального рынка труда являются биржи удаленной работы, которые берут на себя функции «третьей стороны», выступают гарантом выполнения обязательств как для работодателя, так и для работника.

5. Специализация и профессионализация фриланса связана, прежде всего, с инфокоммуникационными технологиями, интеллектуальным трудом. Результатом деятельности в фрилансе является нематериальный продукт собственного труда, услуга, а в качестве средств труда – доступные, недорогие средства (персональный компьютер, телефон, Интернет и пр.).

6. Самостоятельность в организации труда выражается в том, что работник сам определяет способы, время осуществления трудовых операций, используемые орудия труда, работодателя, с которым заключает трудовой договор.

Анализ фриланса показывает, что свобода является главной характеристикой фриланса: работник свободен в распоряжении своим временем, управлении различными формами жизнедеятельности, у него есть выбор когда, где и как работать. Однако свобода в фрилансе иллюзорна. Отсутствие долгосрочных отношений приводит к множественности занятости – работе с несколькими заказчиками одновременно, наличию временного трудового договора, оформлению неформальных трудовых договоренностей. В условиях постоянного воспроизводства интеллектуальных идей *фактором риска удаленного труда выступает отсутствие профессионального общения, которое стимулирует новые идеи*. Фрилансер должен самостоятельно находить возможность повышать свою квалификацию.

Профессиональные объединения не перестали быть необходимыми для данной категории работников, наоборот, *роль профессиональных объединений, клубов фрилансеров в поддержке этой категории возрастает*. Объединения фрилансеров создают ту среду, которая позволяет новичкам понять все тонкости данной работы, позволяет одиночкам-фрилансерам объединяться в команды для выполнения сложных и разнопрофильных заказов, организует базу данных – рейтинг заказчиков.

В ходе социологического исследования «Свободно занятые в социально-трудовом пространстве региона: состав, трудовые практики, социальный статус» мы выяснили, стали бы удаленные наемные работники в регионах сотрудничать с Клубом фрилансеров, если бы такой открыли. Около половины опрошенных фрилансеров затруднились ответить, это говорит о неопределенном отношении

фрилансеров в регионах к профессиональным сообществам. Каждый четвертый удаленный работник (24%) стал бы сотрудничать с профессиональным клубом; каждый третий (34%) отказался бы от участия в работе такого клуба.

Какие функции, по мнению фрилансеров, должен выполнять профессиональный клуб? Тройку лидирующих функций составили: юридические услуги и консультирование (18%), услуга «гарантированная сделка» (15%), помощь в информировании и поиске новых проектов (12%). Активность фриланс-деятельности оказывает влияние на отношение данной группы наемных работников к роли клуба. Фрилансеры, практикующие разовые и временные проекты, чаще имеют потребность в гарантии сделки (33%), услугах бухгалтера (30%) и в обучении (25%). Для фрилансеров с постоянным характером работы более значимым является профессиональное общение (33%), только затем - юридические услуги и консультирование (30%), информирование о проектах (21%). Чувствуя себя более уверенно в организационных вопросах, эта группа настроена на использование клуба для профессионального производства новых идей.

«Точками роста» для данной группы является ориентация на профессиональные коммуникации в решении собственных проблем, что делает актуальным развитие гражданских инициатив в формате клубов или профессиональных сообществ.

Итак, наличие профессиональных объединений и степень их активности в регионах является индикатором развитости новых форм наемного труда. Стремление к профессиональному общению «tet-a-tet» – естественный процесс развития интеллектуальных видов деятельности, который нельзя полностью заменить виртуальным общением. Создание профессиональных объединений представителей «цифровых технологий» возможно только в крупных населенных пунктах, этим объясняется тот факт, что российский фриланс сосредоточен в крупных городах и мегаполисах.

Список литературы

1. Бауман ,З. Текущая современность /З.Бауман. – СПб.: Питер, 2008. –240 с.
2. Голенкова, З.Т. Наемный работник в современной России / З.Т. Голенкова. – М.: Новый хронограф, 2015. – 368 с.
3. Здравомыслов, А. Г. Человек и его работа в СССР и после / А. Г. Здравомыслов, В. А. Ядов. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 485 с

УДК 339.138

Н.М. Галимуллина (Казань, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева-КАИ)

PR-ИНСТРУМЕНТЫ В ПРИВЛЕЧЕНИИ ВНИМАНИЯ К ПРОБЛЕМАМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Современная Россия переживает переходный период, который затронул все сферы социально-экономической жизни страны, обусловив появление многих социально незащищенных слоев населения – безработных, беженцев и вынужденных переселенцев, инвалидов и т. д. В этих условиях социально незащищенные слои населения нуждаются в дополнительной поддержке, как со стороны государства, так и со стороны общества в целом. Но сложность заключается в том, что общественность на данный момент абсолютно не осведомлена о проблемах этой категории граждан, и тем самым не в силах принять участие в решении их проблем. И именно поэтому необходимо предпринять меры по информированию общественности и тем самым привлечению внимания к проблемам социально незащищенных слоев населения и как результат наиболее результативному разрешению существующих проблем.

На сегодняшний день эта тема очень актуальна, поскольку мы можем назвать государство стабильным, развивающимся, перспективным только тогда, когда для всех слоев населения созданы абсолютно все условия для достойной жизни и свободного развития человека.

Современный мир создает конкурентные условия во всех областях жизнедеятельности человека – общение, обучение, профессия. И особенно тяжело здесь приходится людям с ограниченными возможностями. В последнее время все чаще в средства массовой информации поднимаются вопросы трудности жизни инвалидов – отсутствие необходимого оборудования, трудности поиска работы.

Помочь людям с ограниченными возможностями не просто существовать, а полноценно жить в современных условиях возможно путем привлечения внимания общественности к их проблемам с коммуникацией, адаптацией и социализацией в обществе в целом.

Для привлечения внимания общественности к проблеме социализации лиц с ограниченными возможностями могут быть использованы различные инструменты связей с общественностью.

Специальные мероприятия – это события, проводимые в целях привлечения внимания общественности к какой-либо проблеме, событию. Специальное событие обладает набором следующих характерных признаков:

- событие освещает проблему с различных сторон;
- событие учитывает интересы целевых аудиторий;

- событие устраивается ради того, чтобы о нем сообщили, в лучшем случае – для того, чтобы превратить его в традицию;
- участие в событии известных публичных лиц придает ему дополнительный интерес;
- событие должно быть хорошо организовано, доступно для наблюдения, привлекать зрителей и участников;
- о событии информируют СМИ;
- событием стараются произвести сильное, незабываемое впечатление;
- событие должно стать источником новостей;
- событие порождает другие – аналогичные события.

Классификация специальных событий, которые широко используются в практике связей с общественностью, и которые могут использоваться для привлечения внимания к лицам с ограниченными возможностями:

- выставки, ярмарки, фестивали (например, фестиваль творчества детей с нарушением слуха);
- встречи, семинары, «круглые столы», конференции, съезды, симпозиумы, конгрессы;
- дни открытых дверей, тематические вечера;
- спонсорские премии, именные стипендии, пожертвования;
- создание благотворительных и просветительских фондов;
- концерты и театральные турне;
- визиты, специальные поездки;
- выборы официальных должностных лиц;
- церемонии открытия фестивалей, спартакиад;
- спортивно-оздоровительные мероприятия;
- коллективное посещение музеев, выставок, концертов, театральных спектаклей.

Наиболее активно среди представленных специальных мероприятий используются спортивные мероприятия. Цель проведения спортивного мероприятия - популяризация занятий физической культурой и спортом среди населения с ограниченными возможностями здоровья. По всей России прошли несколько спортивных мероприятий для лиц с нарушением слуха: Чемпионат России по русским и стоклеточным шашкам среди лиц с нарушением слуха, турнир по футболу среди лиц с нарушением слуха в формате 8x8 игроков, посвященный 70-летию Победы в Великой Отечественной войне, соревнования по греко-римской борьбе для детей с нарушением слуха, Военно-патриотическая игра «Зарница», приуроченная к празднованию Дня Победы.

Особое место в повышении внимания к проблемам лиц с ограниченными возможностями уделяется в духовной сфере жизни

общества: в рамках XXIII Рождественских чтений 22 января 2015 г. в Москве обсуждались вопросы организации и проведения богослужения на жестовом языке, специфики общения и пастырского окормления людей с нарушениями слуха и зрения. В Успенском кафедральном соборе Салавата 3 декабря 2014 г. впервые прошла Божественная литургия для инвалидов с сурдопереводом.

Важным примером специального мероприятия по привлечению внимания к лицам с нарушением слуха, является проведение Международного дня глухих, который отмечается в последнее воскресенье сентября. В Международный день глухих Всемирной федерации глухих рекомендует и призывает все ассоциации глухих к проведению кампаний по привлечению внимания политиков, властей, СМИ и общественности к проблемам людей с нарушением слуха[3].

Благотворительные акции являются вторым по масштабам применения инструментов связей с общественностью.

Благотворительность – оказание бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) помощи тем, кто в этом нуждается. Основной чертой благотворительности является добровольный выбор вида, времени и места, а также содержания помощи.

Благотворительная программа «Подари слух» проходит в России с 2014 г. Программа создана при поддержке артистов и помогла найти талантливых певцов, музыкантов, актеров среди слабослышащих детей.

Популярный артист Николай Басков и солистка Мариинского театра Мария Максакова решили помочь детям с нарушением слуха выйти на сцену крупнейшего концертного зала страны и услышать аплодисменты в свой адрес. Вместе с «Научно-клиническим центром оториноларингологии ФМБА России» и фондом «Здоровье нации» артисты разработали программу «Подари слух» [2]. Также ожидается, что популярные артисты выступят просветителями — они будут информировать общество и показывать на примере, что дети, рожденные глухими, с помощью специального инновационного вживленного имплантата смогут обрести слух и адаптироваться к среднестатистической жизни. Басков и Максакова возьмут на себя общественную часть проблемы — артисты привлекут коллег по шоу-бизнесу, а также неоднократно будут устраивать благотворительные акции с детьми. Также звезды эстрады лично будут преподавать детям вокал и другие музыкальные предметы, тем самым помогут во время самого тяжелого периода — реабилитации.

Таким образом, в рамках программа «Подари слух» произошло смешение различных инструментов связей с общественностью, таких как благотворительность и проведение специальных мероприятий.

Для решения проблемы социализации людей с нарушением слуха, очень важным является взаимодействие со СМИ.

В контексте социальных проблем при описании системы взаимодействия социальной работы и средств массовой коммуникации авторами часто используется так называемая «восходящая / нисходящая» модель. Согласно «восходящей» модели импульсы снизу, исходящие от граждан и / или альтернативных и оппозиционных движений, порождают общественную дискуссию по тому или иному вопросу и провоцируют реакцию политиков и масс-медиа. Например, специалист по социальной работе по данной модели может предложить такие темы для обсуждения: «Проблема насилия в семье» или «Как предотвратить наркоманию среди подростков?» и т. п. «Нисходящая» модель, напротив, описывает, как тема попадает в сферу общественной полемики по инициативе правящих кругов. Это всегда происходит в том случае, когда в политике обсуждается определенный вопрос, вызывающий противоречивые мнения, и тогда оппоненты добиваются общественного резонанса, с тем чтобы заручиться поддержкой общественности. В рамках «восходящей» модели изучаемые специалисты должны активно реагировать на социально-экономические, демографические и другие изменения в обществе.[1, с. 170]

Одна из точек соприкосновения социальной работы и средств массовой информации – социальная реклама, задачами которой являются формирование общественного мнения, привлечение внимания к актуальным проблемам общественной жизни, стимулирование действий по их решению, создание позитивного отношения к государственным структурам, демонстрация социальной ответственности бизнеса, укрепление социально значимых институтов гражданского общества, формирование новых типов общественных отношений, изменение поведенческой модели общества.[1, с. 170-171]

Особое место в привлечении внимания к лицам с ограниченными возможностями занимают социально-ориентированные некоммерческие организации. Например, Автономной некоммерческой организацией «Академия Открытых Коммуникаций» в 2009 году был разработан проект «Давай дружить». Цель проекта: равный доступ к информации и выход из информационного вакуума глухих и слабослышащих людей. Для достижения цели была избрана стратегия развития жестового языка. На сегодняшний день создано 150 телепрограмм на жестовом языке. Общий хронометраж: 1840 минут. Программы транслируются на телеканале «KZN» (бренд КЗН) с 2010 года. Так же DVD-диски с телепрограммами «Давай Дружить» были разосланы по 261 адресу Российской Федерации и странам СНГ.

Для распространения информации о проекте «Давай Дружить» была создана группа в социальной сети ВКонтакте в январе 2013 года и канал на YouTube в январе 2012 года, на май 2015 года в группе состоит 1 189 подписчика, на канале 441 подписчика.

Второй проект АНО «Академия открытых коммуникаций» - «Киношкола Титры». Цель проекта - обучение навыкам телевизионного искусства и последующее трудоустройство глухих и слабослышащих подростков и молодежи. Проект направлен на молодежь с 18 до 35 лет, но в ходе набора возрастное ограничение было расширено, на данный момент самому старшему участнику киношколы «Титры» 70 лет.

Создание группы в социальной сети ВКонтакте в октябре 2014 года, где начался проводиться набор участников в киношколу «Титры», на май 2015 года в группе состояло 268 подписчиков.

Используются онлайн коммуникации, вебинары (мастер-классы записываются и выкладываются в группу киношколы «Титры») для учеников из других городов и тех, кто по каким-либо причинам не может посещать, но хочет обучаться.

Занятия проходят в виде мастер классов, а также экскурсии на телеканалы Казани, встречи с именитыми деятелями театра, кино и телевидения Республики Татарстан и России. КиноШкола «Титры» существует за счет грантовой поддержки, поиск которой так же осуществляется с помощью PR-технологий.

В деятельности по связям с общественностью НКО, необходимо учитывать возможные риски, а в случае кризиса реагировать в соответствии со всеми правдами. Такие действия служат ярким примером того, каким образом можно, воздействуя на информационное пространство, уменьшить репутационные потери и даже укрепить позиции организации.

Список литературы

1. Александров, А.А. Роль средств массовой информации и PR в социальной работе / А.А. Александров // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. – 2011. –Вып. 11. –С. 168-171.

2. Басков выйдет на одну сцену с детьми-инвалидами// Интернет-портал «Российская газета».2015.URL: <http://www.rg.ru/2014/12/09/baskov-site-anons.html>. (дата обращения:7.05.2015)

3. Международный день глухих/ РИА Новости.2015. URL: <http://ria.ru/spravka/20120928/761167084.html#ixzz3baof3We0> (дата обращения:7.03.2016)

4. Эффективные коммуникации в деятельности некоммерческих организаций. Практические рекомендации / Отв. ред. Д.К. Сабирова. – Казань: Изд-во Казан. гос. техн. ун-та, 2014. –172 с.

УДК 339.138

**Г.Н. Москалевич (Минск, Белорусский государственный
экономический университет)**

ФОРМИРОВАНИЕ КУЛЬТУРЫ МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ У СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

В условиях глобализации и интеграции, которые происходят в жизни современного общества, усиливается стремление народов сохранить свою самобытность и уникальность. Порой это стремление приобретает гипертрофированные формы и приводит к межнациональным конфликтам и даже к экстремистским проявлениям национальных чувств и эмоций.

Студенческая молодежь представляет собой наиболее социально активную часть нашего общества, принимает активное участие в общегосударственных и политических процессах. В связи с этим следует учитывать роль студентов в этническом развитии общества, их влияние на дальнейшее развитие национальных культур и межнациональных отношений. При этом необходимо понимать, что нынешние студенты — это будущая элита общества, предназначение которой состоит в том, чтобы определять экономическую и политическую судьбу государства. Исходя из этого, нужно понимать, что воспитание сегодняшнего студенчества в духе толерантности носит стратегический характер.

Сказанное свидетельствует об актуальности рассматриваемых проблем. В науке сложилась философская концепция культуры межнационального общения (В.С. Библер, Л.М. Джунусов, М.С. Джунусов, М.С. Каган). Ее ведущими идеями являются межнациональное общение, как целого народа, так и отдельной личности, которое складывается на основе взаимосвязи исторических ценностей национальной культуры и тенденций развития мировой культуры.

Проблеме поликультурного образования посвящены работы многих ученых: В. П. Борисенкова, Б. Л. Вульфсона, О. В. Гукаленко, А. Я. Данилюк, Г. Ж. Даутовой, Г. Д. Дмитриева, А. Н. Джурицкого, Н. Д. Никандрова, Л. Л. Супруновой и др. Появились и диссертационные исследования проблем формирования культуры межнациональных отношений: авторы В.Х. Абэлян, Л.И. Галеева, Х.Х. Галимова, З.Т. Гасанов, Г.О. Даракчян, В.П. Комаров, П.Ф. Комогоров, Р.И. Кусарбаев, О.В. Лешер, А.Н. Некрасова, Л.М. Симашина и др.

Однако, несмотря на достаточно большое количество научных работ, многие проблемы, связанные с формированием культуры межнациональных отношений в студенческой среде, все еще остаются недостаточно разработанными.

Формирование у молодежи культуры межнационального общения представляет собой многогранный и сложный процесс, предполагающий применение самых разнообразных средств и способов воспитания.

Межнациональное общение в молодежной среде сопровождается возникновением и развитием разносторонних взаимоотношений, которые не всегда складываются удачно и бесконфликтно.

Межнациональное общение, в понимании Л.И. Галеевой, — это определение взаимосвязи и взаимоотношения, в процессе которых молодежь, принадлежащая к разным национальным общностям и придерживающаяся различных религиозных взглядов, обменивается опытом, духовными ценностями, мыслями, чувствами. Межнациональное общение молодежи на сегодняшний день складывается на фоне роста социальной напряженности, межэтнических конфликтов, экономического кризиса и политической нестабильности в обществе. Все это в свою очередь стимулирует проявление межнациональной конфронтации и приводит к осознанию необходимости формирования культуры межнационального общения как альтернативы межнациональных разногласий [1, с. 3-4].

С точки зрения Г.О. Даракчяна, культура межнационального общения является качеством субъекта общения, овладевшего позитивными, плодотворными способами социального взаимодействия в многонациональной среде, выступающего источником обмена информацией в культурном пространстве с целью постижения глобализационных процессов в мире, понимания и принятия иных культурных ценностей [2].

Республика Беларусь не является такой многонациональной страной, как, например, Российская Федерация. Тем не менее, и в нашей республике проживают люди различных национальностей. В Белорусском государственном экономическом университете практически не найти группу студентов, состоящую только из коренного населения (этнических белорусов). В каждой группе можно обнаружить студентов, семьи которых приехали на постоянное место жительства из Азербайджана, Армении, Грузии, Казахстана, Кыргызстана, не говоря уже о наших ближайших соседях — Российской Федерации и Украине, а также из других бывших советских республик. Кроме того, в университете обучается достаточно большое количество иностранцев из дальнего зарубежья (Вьетнама, Китая, Ирана, Сирии, африканских стран).

В связи с этим, проблема формирования у студентов культуры межнационального общения приобретает особую актуальность.

С целью выявления толерантности студентов нашего университета нами было проведено социологическое исследование (анкетирование, интервью, написание эссе на темы, связанные с межнациональными

проблемами, в том числе и с экстремизмом). Исследование носило анонимный характер и было добровольным.

В результате обработки информации и анализа полученных данных было установлено следующее.

Студенты затруднялись четко и однозначно определить, что же такое национальность и какова ее роль в жизни. Трудности в этом испытывали большинство респондентов (94 %). Интересно, что были попытки рассмотреть этот вопрос с философской, психологической, социальной, демографической и других позиций. Иногда рассуждения по этому поводу носили противоречивый характер, часто отсутствовала логика в изложении своих мыслей и мнений. Студенты смешивают понятия «этнос» и «национальность».

Понятие национальности в студенческой среде остается до конца не выясненной характеристикой, которую они не могут однозначно определить и руководствуются лишь эмоциями и чувствами.

Среди студентов отсутствует однозначное понимание того, как развиваются этнические процессы. На вопрос, что будет с этническими группами и нациями (в том числе и с белорусами) в далеком будущем, студенты ответили по-разному. Так, 32% полагают, что национальные различия будут стираться и в будущем образуется единая цивилизация; 11% считают, что в будущем останется лишь несколько крупных народов; 31% выдвинули предположение, что количество народов в ходе исторического развития не изменится и в будущем; 12% считают естественным исчезновение одних народов и появление новых — в ходе исторического развития; 14% не смогли сформулировать свое мнение по этому поводу.

Студентам было предложено написать эссе — рассуждение о межнациональных отношениях в повседневной жизни студентов, об их интересе к этому вопросу и о личном отношении к национальной принадлежности человека. Анализ эссе показал, что большая часть опрошенных интересуется проблемами национальных отношений в повседневной жизни. Так, 84% респондентов охотно вступают в контакт с представителями других народов. Для 22% в повседневных контактах практически всегда имеет значение национальность человека, с которым студенты общаются. Для некоторых это носит информационный характер. Лишь 11% заявили о том, что на национальную принадлежность они просто не обращают внимания и не выделяют человека по национальному признаку. Подавляющее большинство студентов (98%) позитивно оценивают свою этническую принадлежность.

Причиной большинства политических конфликтов 58% респондентов считает межнациональные отношения, а 42%, наоборот, полагают, что большинство межнациональных конфликтов создается искусственно для достижения тех или иных политических целей.

Таким образом, результаты проведенного исследования показали, что вопросы национальных отношений в студенческой среде Республики Беларусь являются актуальными, несмотря на то, что в Беларуси проявления экстремистского характера на национальной почве носят единичный, а не массовый характер — в отличие от других стран, например, России, по всем регионам которой молодые люди объединяются в националистские организации, выступая против представителей других национальностей. Положение осложняется тем, что состав населения РФ является многонациональным, народы, населяющие данную страну, имеют свои национальные стереотипы, свою культуру. Нетерпимость к культуре другого народа подталкивает молодежь к экстремистским и террористическим акциям.

В студенческой среде особое значение имеет формирование толерантности, уважительного отношения к культуре и традициям не только своего народа, но и рядом живущих представителей других национальностей.

Толерантность, по мнению А.Ф. Шевхужева и О.З. Аровой, — это, прежде всего, чувство принадлежности к своему этносу, своему народу, любовь и уважение к своим национальным традициям и истории своего народа, стремление владеть своим национальным языком и национальной культурой, это чувство принадлежности к многонациональному российскому обществу, российский патриотизм, непременно сопряженный с отказом от национального (этнического) тщеславия, от представления о своей этнической исключительности, и, наконец, это чувство принадлежности к мировому (и европейскому как его части) сообществу, чувство ответственности не только за судьбы своего народа и своей многонациональной страны, но и всего мира [3].

Огромная роль в формировании культуры межнациональных отношений принадлежит образованию. Перед высшим образованием встает комплекс проблем, связанных с формированием культуры межнациональных отношений студентов в поликультурном образовательном пространстве. Среди них — развитие личности посредством обогащения сознания личности национальных ценностей разных культур, этнопедагогическое просвещение молодежи с целью расширения и углубления ее этнокультурных представлений; формирование мировоззрения, интеллекта межнациональных взаимоотношений, предполагающих гармонию межкультурного взаимодействия студентов. И самое главное — формирование толерантного отношения студентов в поликультурном образовательном пространстве, для того чтобы обеспечить неконфликтное, гармоничное взаимодействие различных культур [4, с. 154].

По мнению Е.И. Шлягиной и И.М. Карлинской низкая культура межнациональных отношений студентов препятствует конструктивности межкультурного диалога и тем самым остро влияет на проявление

толерантности в межнациональных отношениях друг другу. Причинами подобной ситуации авторы называют: наличие деструктивного межнационального взаимодействия — нетерпимость к чужому мнению, эгоизм, внутреннюю неприязнь, амбициозность, категоричность суждений, неспособность идти на компромисс, отсутствие здравого смысла, наличие национальных предрассудков, недопонимание реальных процессов, происходящих в обществе, мире; отсутствие у студентов культуры понимания и культуры восприятия различий менталитета [4, с. 175].

В условиях системы высшего профессионального образования необходимо использовать потенциальные возможности всего учебно-воспитательного процесса: прежде всего, организацию целенаправленного процесса включения студентов в различные виды и формы социально-культурной деятельности, направленной на формирование патриотических и гражданских чувств и качеств личности, толерантности и культуры межнациональных отношений. Следует учитывать и тот факт, что межнациональные отношения более всего укрепляются в процессе совместной работы и учебы представителей различных наций.

В этой связи Г.О. Даракчян рассматривает этнополитическую культуру межнационального общения вуза как качество вузовского учебно-воспитательного процесса, обеспечивающего развитие установки студентов на межнациональную толерантность, самовоспитание их в плане формирования культуры межнационального общения как личностного качества [2].

Формированию у студентов культуры межнационального общения способствуют проводимые с ними на кураторских часах беседы, проблемные дискуссии на тему «Что заставляет человека быть толерантным», «Межкультурное понимание как основа толерантности», «Считаешь ли ты себя толерантным человеком?».

В вузах нужны не отдельные технологии, формы, методы, средства формирования культуры межнациональных отношений, а система, целенаправленно воспитывающая культуру межнациональных отношений в студенческой среде.

Наряду с воспитательными мероприятиями, направленными на формирование и развитие культуры межнациональных отношений, не следует игнорировать и потенциальные возможности изучаемых дисциплин. В этой связи особую роль призваны выполнять дисциплины гуманитарного цикла.

С целью формирования культуры межнационального общения и толерантности, толерантного поведения будущих специалистов экономического профиля на лекционных и семинарских занятиях мы обучаем технологиям разрешения конфликтов.

Использование на лекционных и семинарских занятиях активных и интерактивных форм обучения, ролевых, имитационно-моделированных, организационно-деятельностных игр, исследовательских проектов, проектных разработок, анализа профессиональных ситуаций помогает студентам сформировать собственные убеждения, умение аргументировать свою точку зрения, принимать решения, слышать оппонента, вырабатывать способность к восприятию множественности истин, понимание необходимости согласования личных и общественных интересов — все эти навыки нужны для развития толерантности.

На основе изложенного выше можно сделать следующие выводы.

1. Сфера образования может способствовать взаимопониманию между нациями и народами, здесь, в диалоге культур, рождается понимание общности человеческой природы, ценностей и целей.

2. Качество межкультурного воспитания студентов во многом зависит от выбора разнообразных средств, форм, подходов в воспитании межкультурных отношений в стенах вуза.

3. Формированию культуры межнационального общения способствует приобщение студентов к мировой культуре, раскрытие процесса глобализации, взаимозависимости стран и народов в современных условиях.

4. Формирование культуры межнационального общения — многоуровневый процесс, требующий усиленного внимания и ответственности всего профессорско-преподавательского состава вуза.

Список литературы

1. Галеева, Л.И. формирование культуры межнационального общения студенческой молодежи средствами социально-культурного творчества: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.05 / Л.И. Галеева. — Казань, 2014. — 226 с.

2. Даракчян, Г.О. Формирование межнациональной культуры общения как составная часть этнополитической культуры студенческой молодежи (на материалах краснодарского края): автореф. дис. ...канд. полит. наук: 23.00.02 / Г.О. Даракчян. — Ростов-на-Дону, 2008. — 24 с.

3. Шевхужев, А.Ф. Формирование культуры межнациональных отношений в студенческой среде / А.Ф. Шевхужев, О.З. Арова // Современные проблемы науки и образования. — 2014. — №1.

УДК 339.138

Л.В. Мухамедьярова, Э.Д. Хафизов (Уфа, Уфимский юридический институт МВД России)

ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО В ПРОТИВОДЕЙСТВИИ И БОРЬБЕ С КОРРУПЦИЕЙ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

В современной России коррупция представляет собой вызов гражданскому обществу и государственным институтам. Масштабы коррупционных деяний подрывают развитие гражданского общества, усугубляя бедность. Должностные лица используют государственные финансовые и материальные ресурсы не по назначению или присваивают их, усугубляя социальную напряженность. Коррупция, как социальное явление, основанное на противоправной деятельности представителей органов власти и управления, ее масштабы и социальные последствия весьма губительны для общества и государства. Роль и место гражданского общества в противодействии и борьбе с коррупционными явлениями стали предметом рассмотрения представителей властных структур, политической элиты, ученых, специалистов, журналистов и т.д. Все единодушно признают позитивную роль институтов и организаций гражданского общества в реализации антикоррупционных целей.

В своей работе «Философия права» Г. Гегель впервые предложил рассматривать общество как диалектическую совокупность отношений между семьей, гражданским обществом и государством. В современной научной литературе присутствуют различные подходы в определении понятия «гражданское общество», которое воспринимается как совокупность горизонтальных связей и совместных (коллективных) действий людей в публичной (общественной) жизни, имеющих не только стихийный, но и организованный характер, проявляющихся и действующих вне и помимо институтов власти [1, с. 6]. Следует отметить, что гражданское общество неправомерно отождествлять с обществом, социумом как таковым, с деятельностью населения как таковой. Например, в Афинах периода античного расцвета из нескольких сотен тысяч жителей только незначительная часть (около 10 тыс.) обладали правом гражданства. Следовательно, громадное большинство афинян не имело возможности участвовать в общественно-политической жизни полиса.

Становление западной модели гражданского общества неразрывно связано с оформлением автономных, независимых от государства, общественных организаций и формирований, опосредующих во взаимоотношениях с властными институтами, интересы и потребности социальных групп и слоев. В общей тенденции социального развития функционирование институтов гражданского общества, либерализация экономической и политической сфер жизнедеятельности способствуют расшатыванию монопольного положения власти государства. Право

обретает новое качество, позволяющее ему возвыситься и обуздать власть. На смену доминировавшей идеологии, культивировавшей систему с одним центром (власть), приходит осознание необходимости системы с двумя центрами (общество и власть). В общественном сознании постепенно утверждается мысль о необходимости широкого социального представительства в нормотворчестве, в определении стратегии и тактики проведения социальной и правовой политики. Подсистема «общество» все более выступает на передний план, а властные институты начинают выполнять вспомогательную роль [2, с. 14–16].

В современной России в структуре гражданского общества присутствуют общенациональные и созданные по месту жительства, профсоюзные и предпринимательские, потребительские и правозащитные, молодежные и ветеранские, конфессиональные и секулярные объединения и организации в более чем 30-ти организационно-правовых формах [3, с. 5].

Российская действительность последних десятилетий показывает, что организации гражданского общества, созданные властными институтами или импортированные извне, не утвердились в повседневной практике, оказались неэффективны и выявили способность к существованию только благодаря финансовой и организационной поддержке. Традиционные институты и организации (политические партии, профсоюзы, общественные объединения) оказались более или менее под опекой властных институтов. Отдельные сообщества, практически не связанные между собой, действуют в очень узкой сфере и неспособны оказать существенного влияния на общественную практику. Особую остроту приобретает оформление и деятельность элементов гражданского общества на периферии страны, где в подавляющем большинстве действуют только экологические организации и протестная пресса, не обладающие особым весом в общественной жизни [4]. По существу в стране в наличии неорганизованное гражданское общество, которое весьма зависимо от государства.

Институты и организации гражданского общества конструктивны только при активном участии его субъектов. Своеобразие ситуации проявляется в том, что институты власти стремятся активизировать элементы гражданского общества при индифферентности основной массы населения. В совокупности социальных отношений присутствуют только элементы механической солидарности, а органическая солидарность, присущая гражданскому обществу находится в зачаточном состоянии. Можно смело утверждать, что в фрагментированном и атомизированном российском обществе, несмотря на отдельные примеры самоорганизации, присутствует «минимум» горизонтальной солидарности, проявляющейся

исключительно на уровне группового взаимодействия. Хотя ключевым направлением жизнедеятельности современных социумов является политика социального партнерства, направленная на координацию усилий государства, представителей бизнеса и трудящихся. В некоторых постсоциалистических странах уже действуют трехсторонние комиссии в составе представителей правительства, работодателей и профсоюзов.

В отличие от западноевропейцев, испытывающих усталость от проявлений индивидуализма и конкуренции в социальном взаимодействии, у россиян продолжают действовать общинно-коллективистские начала и патерналистские установки, которые в стране культивировались столетиями. Если в западных странах формирование и упрочение институтов власти явилось следствием утверждения института частной собственности и формирования единого экономического пространства, то экономический фактор в становлении российской государственности занимал и продолжает занимать второстепенное место. Власть допускала самодеятельность населения в строго определенных границах. Государство как некая абсолютная ценность возвышается над обществом в целом и над отдельным человеком, в частности. Не случайно, в общественном сознании сохраняются патерналистские ожидания, рассматривающие государство как некую силу, способную устранить неравенство, решить социальные проблемы, обеспечить социальную стабильность и соблюдение социальных и гражданских прав и обязанностей и т. д. По существу субъекты гражданского общества воспринимают государство как источник или средство решения собственных проблем.

Проблема противодействия и борьбы с коррупцией усугубляется тем, что сложно преломить существующее в архитипе общественного сознания пассивное ожидание перемен. Инертность населения объясняется не только неверием в результативность мероприятий, проводимых в рамках антикоррупционной политики, но практическим отсутствием возможности существенного влияния на властные институты и чиновничество. Практика подношений, распространенная в эпоху застоя, не только продолжает сохраняться, но расширяется, распространяясь во всех сферах общественной жизни. Если раньше снабженцы дарили подарки за выделение ресурсов, продавцу или директору магазина за дефицитный товар, врачу за квалифицированное лечение и даже сантехнику за качественный ремонт, то сейчас необходимость подношений воспринимается в массовом сознании как компенсация за предоставление определенных услуг. Кроме того, распространенность в обществе двойных моральных стандартов изменяют мотивационную сферу поведения людей, рассматривающих коррупционные действия как возможность получения льготных преимуществ. В совокупности коррупционные факты постепенно образуют взаимосвязанные между собой коррупционные действия,

трансформируют коррупцию в системообразующее асоциальное явление, признаваемое на самых разных уровнях общества и присутствующее даже в обыденной жизни.

Распространение коррупции на бытовом уровне, в плоскости повседневной жизни существенно изменяет социальные нормативы, допуская возможность получения личной пользы из всякого действия или коммуникации в самых различных сферах жизнедеятельности. Так, опрос, проведенный в сфере здравоохранения 2008–2009 гг. показал, что около 10 % медицинских работников и 35 % пациентов, так или иначе сталкивались с коррупционными фактами. Большая часть опрошенных пациентов (44 %) указали на высокую степень коррупции, 27 % респондентов отметили среднюю степень ее проявления по сравнению с другими отраслями, 14 % – низкий уровень и 15 % затруднились ответить [5, с. 55–56]. Не случайно специалисты указывают, что «можно говорить о своего рода «привыкании» к коррупции. Она все более воспринимается ... как обыденное явление» [6, с. 46]. За последние десятилетия россияне стали менее честными, бескорыстными и патриотичными, более циничными и недоверчивыми. В стереотипе общественного сознания факт коррупции предстает как своеобразная этическая форма «восстановления социальной справедливости».

В условиях отсутствия общенациональной национальной идеи, массовой идеологии и общепризнанных идеалов, утверждения индивидуализма, примата частного интереса и потребительской идеологии, усугубляемых процессами глобализации, факты коррупции действуют разрушительным образом на исторические традиции, обычаи и менталитет нации. Традиционные ценности подверглись существенной эрозии. Так, в сознании россиян восприятие честности снизилось в 5 раз, доброжелательности – 6 раз, бескорыстия – 8 раз, а товарищества – 4 раза [6, с. 169]. Тем не менее, культурные генотипы, передающиеся из поколения в поколение, сохранившиеся в условиях социальных потрясений и трансформаций, предстают эффективным способом профилактики и предупреждения коррупционных действий [8, с. 65]. Проблемой цивилизационного уровня развития предстает изъятие коррупции из системы социокультурных ценностей. Поэтому, как никогда актуально формирование на уровне общественного сознания антикоррупционной идеологии, а в совокупности социальных отношений должны быть сформированы мотивации и установки антикоррупционного поведения.

Ключевыми факторами в профилактике и предупреждении коррупции являются устранение неравенства в уровне материального и финансового благосостояния людей, справедливая система перераспределения национального богатства, соблюдение государством и его гражданами принципа взаимности прав и

обязанностей, эффективная деятельность правоохранительных и судебных органов.

В предупреждении, пресечении и борьбе с коррупционными явлениями значительную роль играют прямые механизмы участия граждан в политической жизни страны. Среди их совокупности представляется возможность осуществления интернет-голосования по формированию общественных формирований, состава Совета по правам человека, Общественной палаты и т. д. Определенный интерес представляет создание различных интернет порталов, при помощи которых граждане, собравшие под своей инициативой определенное количество сторонников, смогут оказать воздействие на принятие решений в стране.

Искоренить коррупционные явления, культивируемые десятилетиями, сформировавшиеся в своеобразные нормы поведения, ставшие частью повседневной практики достаточно сложно традиционными способами и мерами. Правовые методы и карательные действия правоохранительных органов, имеющие, по преимуществу, бессистемный характер, малоэффективны. Деятельность созданных антикоррупционных комиссий или комитетов, телефонов доверия, функционирование особых подразделений, расширение возможностей средств массовой информации в пропаганде антиобщественного и асоциального характера коррупции пока еще не дают желаемых результатов.

Таким образом, совместные усилия государства и гражданского общества способны обуздать и существенно снизить степень причиняемого вреда коррупцией, которую следует рассматривать в качестве части совокупного социального целого, затрагивающей интересы общества в целом, различных социальных групп и отдельно взятой личности, в частности. Только активная и всесторонняя поддержка социумов позволит действительно и деятельно осуществить противодействие и борьбу с коррупцией.

Список литературы

1. Межуев, В.М. Гражданское общество и современная Россия / В.М.Межуев // Человек и культура в становлении гражданского общества в России. – М.: ИФРАН, 2008. – С. 6.

2. Ракитская, И.Ф.Онтология права в русской научной традиции / И.Ф.Ракитская. – СПб., 2002. – С. 14–16.

3. Астанин, В.В.Об эффективных механизмах взаимодействия государства с гражданским обществом в сфере противодействия коррупции / В.В. Астанин // Административное и муниципальное право. – 2011. – №4. –С. 5.

4. Жуков ,Б. Расслоение. Типология экологических организаций / Б.Жуков // Отечественные записки. – 2005. – № 6. – С. 163-176.

5. Червонных, Е.В. Коррупция в Российской медицине: масштабы и пути противодействия ей / Е.В. Червонных // Следователь. – 2010. – № 4. – С. 55–56.

6. Яковлев, А.А. Правовые институты в России в 2000–2007 годах: взгляд со стороны бизнеса / А.А. Яковлев // Общественные науки и современность. – 2008. – № 4. – С. 46.

УДК 339.138

А.К. Тчапе (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

АДАПТАЦИЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ В ПРОЦЕССЕ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

В современных условиях в любой стране активно развиваются процессы глобализации и интернационализации всех сфер жизни общества. В этих условиях формирование осознание себя гражданином одной страны, представителем конкретной нации наталкивается на идеологические и информационные барьеры. Обучение в системе российского высшего образования иностранных граждан накладывает новые трудности. Студенты-иностранцы, находясь в условиях другой культуры и социально-политической системы, испытывают двойную нагрузку в определении своей идентичности. С другой стороны, способность к отношениям с людьми другого менталитета делает их более терпимыми и формирует уважение не только своих культурных ценностей.

Процесс социальной адаптации молодежи в разных странах находится под влиянием различных социальных стандартов и моделей поведения. П. Бурдые в своей концепции «габитуса» подчеркивает: каждый человек рождается в заранее определенной социально-культурной среде, значит он принадлежит к определенной социальной группе. Формирование идентичности считается в социологии одним из самых важных факторов групповой, этнической и социальной интеграции. Эриксон определяет идентичность как интеграцию всех предыдущих идентификаций и Я-образов. Формирование гражданских позиций представляет собой процесс преобразования всех прежних идентификаций в свете ожидаемого будущего. Развитие гражданской идентичности достигает критической точки, в которой возможно наступление кризиса, в условиях нестабильной политической и экономической ситуации. Можно говорить о необходимости формирования гражданской идентичности как некой конечной цели, поскольку данный процесс предполагает завершение ценностного самосознания молодых людей.

Современные глобальные вызовы усиливают влияние на формирование адаптированности коллективного атрибута, который И. Гофман назвал клеймом: цвет кожи, акцент, язык, манера одеваться и

т.д. Дифференциация, отклонения поведения, невыполнение принятых норм рассматриваются как грани поиска идентичности, потому что это сложный процесс самоопределения.

Цель нашей статьи – рассмотреть подходы к исследованию социальной адаптации иностранных студентов в контексте межкультурных коммуникаций российского гражданского общества. Актуальность исследования заключается в необходимости рассмотрения социологических особенностей социальной адаптации как отождествления иностранных студентов со своей профессией, выявления и реализации их субъективного Я в контексте культурного общения.

Первое направление изучения социальной адаптации нашло отражение в *структурно-функциональном подходе*. Структурно-функциональный анализ опирается на обусловленность идентификации позицией индивидов в социальной структуре. Т. Парсонс в работе «Система современных обществ» определил категорию «социальная адаптация» в виде совокупности кодов, посредством которых индивидуальное значение символизируется через язык и ценности, а затем детерминируют социальные действия субъекта [2, с. 123]. В своей работе ученый пришел к утверждению, что в любом обществе пространство определяется существующей социокультурной ситуацией.

В работе Р. Мертона «Референтная группа и социальная структура» нашло отражение идея значимости референтных групп: «идентичность индивида складывается в результате его самоотнесения с коллективом, являющимся для него значимым» [1, с. 48]. Теория референтных групп Р. Мертона объясняет, почему индивиды идентифицируют себя именно с конкретными группами. В качестве референтных могут выступать самые разнообразные группы: реальные и идеальные, большие и малые. В своем исследовании Р. Мертон сделал важный вывод: каждый индивид имеет несколько референтных групп, на которые он ориентируется, сравнивает себя по разным проблемам, в том числе в процессе освоения профессии – с группами в профессиональной сфере.

Мертон сформулировал механизм важной связи: «В той мере, в какой реальные или будущие члены группы мотивированы связывать себя с данной группой, они имеют тенденцию усваивать те чувства и быть конформными к тем ценностям, которые присущи авторитарной и престижной группе в данной группе. От конформности зависит признание со стороны данной группы, в то же время - постепенное признание индивида усиливает тенденцию к конформности. Ценности этих «значимых других» представляют собой «зеркало», в котором индивид находит представление о себе самом...» [1, с. 49].

Исследуя онтологический аспект проблемы адаптации, мы выявили, что иностранные студенты должны включаться в практики

«множественной реальности». В этом случае адаптированность предстаёт как упорядочивание реальностей, в которых разворачивается осознание себя в профессии и личном пространстве. Профессионализм иностранных студентов можно определить, как совокупность освоенных ими теоретических знаний, практического опыта и профессиональных навыков в определенной разделением труда сфере; иерархия ценностей и смыслов профессиональной карьеры.

Ближайшим социально-профессиональным окружением иностранных студентов является учебная группа, которая представляет собой особую форму жизнедеятельности студенческой молодежи, и как новая семья определенным образом влияет на развитие профессиональной идентичности включенного в нее индивидов. Особенности студенческой группы как учебно- и личностно формирующей среды обуславливают интерес к проблеме ее влияния на профессиональную идентичность студентов-иностранцев. В связи с этим важна проблема изучения внутригруппового статуса студента в учебной группе, его изменения на различных этапах обучения в социально- профессиональном аспекте.

Иностранцы, которые стали студентами в российских вузах, проходят процесс социальной адаптации в более сложных условиях, чем российские студенты. Они имеют достаточно высокую мотивацию для работы в профессиональной сфере после окончания вуза. Но по мере изучения различных дисциплин в вузе у них накапливается как позитивный, так и негативный опыт, пока еще не подкрепленный профессиональной деятельностью. Одновременно происходит процесс культурной идентификации своего «Я» [1, с. 45], который реализуется через принятие или неприятие норм, ролей и статусов, присущих чужой и своей культуре.

Можно сделать вывод, что одним из условий успешной адаптации иностранных студентов является наличие профессионально детерминированной установки на изучение иностранных языков в рамках учебного языкового дискурса. Данный вывод подтверждается результатами социологического опроса студентов из других стран, обучающихся в вузах Ульяновска (выборка составила 357 чел.). По оценкам иностранных студентов, после приезда в Россию им было труднее всего привыкнуть к необходимости общаться на русском языке (48%), погоде (26%), условиям проживания в общежитии (21%), другому образу жизни (14%), отсутствию родственников (5%), русской кухне (3%).

Даже включившись уже в учебную деятельность, многие студенты из других стран продолжают говорить на своем языке (41%); почти столько же – на английском (46%). Менее предпочтительным является русский язык (13%). Плохое знание русского языка – одна из главных причин учебных трудностей в самооценках иностранных студентов (таблица 1). Чем старше курс, тем меньше доля тех, кто отмечает

плохую языковую подготовку; однако, на старших курсах более трети студентов из других стран ощущают слабую идентичность с языком и культурой принимающей страны.

Таблица. Причины учебных трудностей иностранных студентов
(в % от числа опрошенных; n = 357)

Показатели	Все -го	пол		курс				Уровень адаптации		
		м	ж	1	2- 3	4- 5	6	Низ. Д.	Сре. Д.	выс.
Почему учебные предметы Вам трудно даются?										
Плохое знание русского языка	56	56	55	64	53	38	35	65	41	35
Слабая подготовка по предмету	35	31	42	41	41	40	44	50	32	30
Различия систем образования	32	31	37	40	41	40	33	35	32	32
Ограниченные способности студентов	7	7	8	7	8	8	4	7	6	6
Преподаватель говорит быстро	10	13	10	24	16	6	5	13	10	4

Примечание: ответ на вопрос предполагал несколько вариантов, поэтому сумма – более 100%.

Итак, в результате апробации теоретических положений в ходе исследования проблем профессиональной идентичности иностранных студентов мы пришли к выводу: изучение процесса социальной адаптации иностранных студентов в российских вузах поможет понять уровень межкультурных коммуникаций в российском гражданском обществе. В ближайшем окружении – учебном заведении, группе – он достаточно высокий; но на мезо-уровне (регион, населенный пункт) эти коммуникации ослабевают. Вместе с недостаточными коммуникациями снижается и уровень адаптированности иностранных студентов в территориальном пространстве.

Формирование профессионально значимых компетенций у иностранных студентов связано с межкультурными коммуникациями: компетенции саморазвития (профессиональное развитие, языковое и речевое развитие, владение иностранным языком); компетенции ценностно-смысловой ориентации в мире (осмысление и анализ социокультурных особенностей родной страны студента и страны изучаемого языка); компетенции в устном и письменном иноязычном общении (восприятие, анализ и продуцирование иноязычных сообщений в устной и письменной форме); коммуникативные компетенции (способность к общению в поликультурной среде; межкультурное общение); компетенции в использовании информационных технологий: использование мультимедийных технологий.

Развитие языковых компетенций непосредственно влияет на формирование гражданских позиций студентов-иностранцев, языковое

образование предоставляет возможность создания эффективного социального общения.

Список литературы

1. Мертон, Р.К. Референтная группа и социальная структура / Р.К. Мертон. – М. : Ин-т молодежи, 1991. – 258 с.
2. Парсонс, Т. Система современных обществ / Т.С. Парсонс. – М. : Аспект Пресс, 1998. – 270 с.
3. Renaud Sainsaulieu. Sociologie de l'entreprise organisation culture et développement" edition presse science po et dalloz, 2002. – 306 p.

УДК 339.138

С.В. Лысенко (Тольятти, МКУ «Охрана общественного порядка») РЕАЛИЗАЦИЯ СТРУКТУРНОЙ МОДЕЛИ СОЦИАЛЬНОГО РЕСУРСА МОЛОДЕЖИ КАК ВАЖНЕЙШАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Для того чтобы изучить социальный ресурс личности, необходимо остановиться на ключевых понятиях данного исследования – «ресурс» и «социальный ресурс». Последнее необходимо для правильного понимания закономерностей развития личности как представителя социальной группы, которое непосредственно связано с адекватным определением ее роли и места в общественной жизни.

Включаясь в общество, интегрируясь в его структуры, она не только наследует условия жизни и отношения, оставляемые ей родительскими поколениями, но и преобразует их, реализуя свой ресурс. Тем самым осуществляется как развитие личности, так и воспроизводство общества. Именно поэтому в обществе возникает потребность оценить, описать и спрогнозировать развитие и реализацию социального ресурса личности. Такая оценка, тем более прогнозная, становится достоверной, если вырабатывается на основе четкой социальной информации, источником которой может быть социология. Отметим, что в современном научном знании сложилось несколько направлений в развитии представлений о категории «потенциал». Последователи первого направления считают, что потенциал есть совокупность необходимых для функционирования и развития системы различных ресурсов (в основном, экономических), непосредственно связанных с обеспечением нормальной жизнедеятельности и развитию [1]. Второе направление позиционирует потенциал в качестве системы детерминант, обеспечивающих достижение целей системы. Сторонники третьего направления характеризуют потенциал как способность объёма ресурсов решать имеющиеся задачи. Следовательно, потенциал – целостное выражение совокупной возможности системы выполнять отдельные задачи.

Молодежь обладает огромным социальным и личностным

потенциалом, являющимся важнейшей составляющей национального богатства. Его рациональное использование – решающий фактор поступательного развития общества, прогресс цивилизации.

Социальный потенциал молодежи включает в себя идейно-политический, гуманистический, трудовой, инновационный, интеллектуальный, духовный, личностный и групповой потенциал.

Идейно – политический социальный потенциал молодежи охватывает собой идеалы, убеждения, гражданскую позицию молодежи, ее политические взгляды и ориентации, реальное участие в гражданской, политической жизни общества.

Гуманистический – определяется состоянием физического и психического здоровья молодежи, ее социальным благополучием, нравственностью, духовностью, интеллектуальным развитием, культурой социальных и индивидуально-личностных отношений, созидательной активностью в освоении мира, в производстве и воспроизводстве жизни.

Трудовой – включает профессиональные знания, навыки, опыт, предприимчивость, мотивационную структуру трудовой деятельности, реальную включенность в трудовой процесс и его результаты, как воплощение трудового потенциала.

Инновационный – реализуется в инновационной деятельности молодежи как в сфере материального, так и духовного производства, в моделях инновационного рискологического поведения, в выборе современных стандартов и моделей индивидуальной жизнедеятельности, современного стиля жизни. В инновационном потенциале особое значение, применительно к решению социальных задач, имеет социальный талант, его реализация в стратегии управления социальными процессами на основе императивов новой эпохи и в соответствии с целями и критериями человеческого измерения. В построении индивидуальной жизни все возрастающий вес в инновационном потенциале приобретает талант жизнотворчества, способность сохранять и творчески воспроизводить жизнь как высшую ценность.

Интеллектуальный – интеллектуальная культура, знания, опыт, развитый творческий интеллект и интеллект здравого смысла. Его воплощением в социально-преобразовательной и социально-созидательной деятельности общества и человечества является интеллектуальный капитал.

Духовный – состояние духа, духовная культура и духовная энергия молодежи, ее ментальность, жизненные ценности, ее отношение к жизни как ценности. Пересекается с социально-психологическим и нравственно-волевым потенциалом. Это состояние сознания и самосознания молодежи, личностные, характерологические качества, состояние эмоциональной сферы, коммуникационная

культура, нравственные добродетели молодых людей, состояние их души, волевая энергия.

Личностный – система личностных характеристик, духовные, нравственные, эмоционально-волевые качества личности молодого человека, его интеллектуальные возможности и дарования. Важнейшим компонентом личностного потенциала является жизнетворческий потенциал, включающий знание жизни, жизненную мудрость, способность самостоятельного, творческого построения жизни, что предполагает развитую жизненную компетентность, ориентацию на полноту жизненной самореализации, ответственное отношение к жизни.

Согласно такому подходу структурная модель потенциала включает все жизненные достижения личности, зафиксированные в биографии, представляющие собой внешние проявления её потенциала и способные служить для оценки его уровня. Кроме того, эти достижения можно сгруппировать по ключевым сферам и получить структурное описание потенциала, показывающее уровень реализации его в этих сферах.

Упрощенная схема сфер реализации потенциала личности включает: здоровье; общение (в частности - общественную работу); учебу; увлечения, обеспечивающие вместе с учебой саморазвитие личности; работу (содержит успехи в области управления, творческие успехи в работе по специальности и социальную оценку трудовых достижений, инновационные возможности); семью; затраты на социальную мобильность (различия в стартовых условиях); духовно-нравственное развитие.

Социальный потенциал молодёжи необходимо рассматривать как целостную структуру, обладающую внутренним единством, но при этом, состоящую из отдельных элементов – субпотенциалов. При этом гармоничное развитие молодого поколения возможно только тогда, когда общественные институты, включая, прежде всего, государство, активизируют единовременное использование всех элементов социального потенциала молодёжи, а не только каких-либо его отдельных составляющих.

Таким образом, в сохранении и приумножении социального потенциала молодежи особое значение имеет государственное обеспечение наращивания и востребованность социального и личностного потенциала молодежи, что предполагает выработку соответствующей системы приоритетов, технологий управления социальными ресурсами с учетом современных требований и имеющихся возможностей, четкого механизма финансирования и контроля за накоплением и использованием потенциала возможностей молодой генерации.

Список литературы

1. Филиппов, В.Э. Использование социального потенциала современной молодежи в интересах устойчивого развития российского общества / В.Э. Филиппов.-М., 2006. - С. 52-55.
2. Социология молодежи. Энциклопедический словарь. – М.: Academia, 2008. – С.478.

Раздел 3. Влияние волонтерства на формирование и развитие социальной базы гражданского общества

УДК 339.138

И.Ю. Савельева (Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный экономический университет) КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО В КОНТЕКСТЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Корпоративное волонтерство — это добровольное участие сотрудников организаций в различных социальных программах при поддержке своей компании.

Корпоративное волонтерство является элементом корпоративной социальной ответственности (КСО) и стратегии устойчивого развития предприятия.

С точки зрения логики развития гражданского общества, корпоративное волонтерство можно трактовать как гражданскую практику коммерческих компаний, благоприятно отражающуюся на росте гражданской активности населения. В долгосрочной перспективе успеха добиваются такие компании, которые понимают важность здорового социально-психологического климата в коллективе, нематериальной мотивации и постоянного управления корпоративным социальным влиянием [2].

Понятие корпоративной социальной ответственности получило широкое признание во всех развитых странах мира. Идеология КСО все чаще находит отражение в миссиях и стратегических планах большинства крупных корпораций. В настоящее время КСО рассматривается не только как одобряемое обществом поведение бизнеса, но и как способ создания дополнительной стоимости и повышения экономической эффективности.

Практика социально ответственного поведения предоставляет компаниям новые возможности, выражающиеся в расширении известности, укреплении имиджа, получении преимуществ в

конкурентной борьбе, улучшении внутриорганизационных связей, улучшении отношений с инвесторами, укреплении отношений с представителями власти, доступе к новым рынкам, аудиториям, сотрудникам и партнерам.

В большинстве стран социально ответственное поведение является делом добровольного выбора предпринимателей, отражением их определенной деловой и гражданской позиции. Таким образом, можно говорить о том, что социально ответственное поведение – это важный показатель зрелости бизнеса [1].

Корпоративное волонтерство является динамичной всемирной силой, направляемой коммерческими компаниями, которые хотят внести свой вклад в решение серьезных локальных и мировых проблем.

Мировой экономический кризис в свое время даже способствовал укреплению корпоративного волонтерства. Все начиналось с планового внедрения корпоративного волонтерства через новые программы, но сейчас эти программы постоянно обновляются и трансформируются. Особую роль в развитии, как компаний, так и волонтерской деятельности играют молодые энергичные и творческие сотрудники. Часто они приходят в компанию, уже имея опыт общественной работы в школе или университете. Масштабы и характер деятельности корпоративных волонтеров зависят от особенностей бизнеса, общей ситуации, корпоративной культуры компании, ее ресурсов, приоритетов, персонала, характера отношений с местным сообществом [3].

С наступлением эпохи глобализации, первым необходимость применения концепции КСО в России осознал крупный бизнес. Расширяя международные связи, российские компании столкнулись с принципиально новыми подходами к ведению бизнеса, иной культурой, другими социально-экономическими условиями, не совпадающими с отечественными представлениями. Избежать связанных с этим рисков позволило внедрение международных стандартов ведения бизнеса. В настоящее время в России активными проводниками концепции корпоративной социальной ответственности являются такие крупные компании как «Лукойл», «Норникель», РАО «ЕЭС России», «Русал», «Бритиш Американ Тобакко Россия», «Северсталь» и др.

НКО так же отреагировали на новые тенденции рынка, изменив подходы к взаимодействию с бизнесом. Сейчас НКО оперативно отвечают на требования современной ситуации, поскольку есть потребность не только обеспечивать существующие программы, но и наращивать свою ресурсность в связи с увеличением общественного заказа на помощь от некоторых категорий населения [4].

Несмотря на то, что понятия «социальная ответственность бизнеса», «корпоративная социальная ответственность», «социальная вовлеченность бизнеса» уже прочно вошли в обиход не только в центральной России, но и в регионах, смысл в них зачастую

вкладывается разный. Так, если для одних компаний социальная ответственность заключается в благотворительности, что характерно для бизнеса в регионах, малого и среднего бизнеса, то для других – это выстраивание целой системы программ социальной направленности, включенных во все бизнес-процессы.

Еще недавно большая часть социальных программ компаний в России была направлена на внутреннюю среду. Сейчас же все большее количество компаний начинают развивать программы направленные на внешнюю среду: участие в развитии социальной инфраструктуры, образовательные и культурные проекты, поддержка НКО, программы в области здравоохранения, культуры и спорта.

Осуществляется постепенный переход от чистой благотворительности к более планомерным, стратегическим действиям, а именно – включение КСО во все бизнес-процессы организации.

Компании корректируют свою внешнюю социальную политику, вовлекают в ее формирование различные заинтересованные стороны, вступают в партнерское взаимодействие с государством и обществом. Ключевым моментом, характеризующим новый подход в области социальной политики, является широкое вовлечение сотрудников компании в благотворительную и волонтерскую деятельность. Если обратиться к опыту компаний, публикующих социальные отчеты, то примерно треть из них поощряет ту или иную волонтерскую деятельность своих сотрудников. При этом первое место занимают личные пожертвования больным детям и людям, находящимся в тяжелой жизненной ситуации; далее следует – участие в субботниках, донорство, работа с молодежью и т. д. [1].

Основаниями для возникновения корпоративного волонтерства в компании можно считать: требования и традиции головного офиса компании; наличие программ КСО; развитие и выход компании на новый уровень на рынке; личная инициатива топ-менеджмента компании; зарождение волонтерского движения среди сотрудников по их инициативе.

В качестве основных направлений корпоративного волонтерства выделяют: помощь детям, оказавшимся в трудной жизненной ситуации; помощь инвалидам; помощь пожилым людям; помощь беженцам и бездомным; разработку и реализацию социальных и экологических программ; услуги в области здравоохранения, образования и социальной защиты; благоустройство территорий; обмен опытом и координация в сфере корпоративного волонтерства [4].

В настоящее время компании уже не только пассивно отвечают на запросы общества, но и сами активно предлагают собственные решения актуальных социальных проблем. Корпоративное волонтерство становится показателем эволюции корпоративной политики: от ориентации на прибыль к пониманию важности КСО.

Эффективность программ корпоративного волонтерства обеспечивается на пересечении интересов компании, сотрудников и общества: направленность на потребности местного сообщества – соответствие приоритетам компании – учет интересов и компетенций сотрудников [1].

Можно выделить три самые распространенные модели корпоративного волонтерства.

1. «Партнерская модель», когда сотрудники компании участвуют в добровольческой деятельности партнеров из общественных организаций, НКО, БФ, социальных служб. Данная модель эффективна, когда компания заключила договоренности с НКО, основанные на партнерстве с учетом профессиональных навыков друг друга.

2. «Уникальная корпоративная модель», когда корпорация разрабатывает собственную программу добровольческой деятельности. Чаще всего эту модель используют крупные компании.

3. «Индивидуальная добровольческая деятельность», когда корпорация поощряет персональные усилия и личные инициативы сотрудников в волонтерстве. Есть успешные примеры, когда инициатива сотрудника выросла из единичной акции в проведение «Недели волонтерства» для всей компании, а потом в создание и выделении отдельного бюджета на реализацию [3].

Самым главным активом компании являются самым ее сотрудники. Корпоративное волонтерство, за счет участия сотрудников в реальных жизненных ситуациях, служит важным компонентом развития и профессиональной подготовки кадров, чего нельзя добиться в ходе реализации традиционных обучающих программ. Попав в ту или иную новую для них ситуацию, сотрудники начинают мыслить более творчески и активно искать решения поставленных задач. Это позволяет развить такие качества и навыки как:

- инновационность в поиске решений;
- коммуникабельность, в том числе навыки ведения переговоров, активного слушания и внимания;
- управление временем, управление стрессом и расстановка приоритетов, планирование;
- составление отчета;
- бюджетирование и финансовый менеджмент;
- понимание и оценка риска, умение рисковать;
- взаимопонимание и уважение;
- понимание ценности работы в команде;
- повышение самооценки и личной ценности.

Появляются примеры того, как работники осмысленно выбирают работодателя и с большей готовностью идут работать в компанию, у которой хорошая репутация в местном сообществе. Все большее количество молодых специалистов выбирает социально ответственного

работодателя. Участие в программах корпоративного волонтерства позволяет сотрудникам получить моральное удовлетворение, испытать чувство гордости за себя и компанию и приобрести новые навыки, что в свою очередь позитивно сказывается на производительности труда и способствует развитию инициативы на рабочем месте.

Если корпоративное волонтерство развивается как системная корпоративная программа, то она способствует формированию не только эффективных трудовых ресурсов, но и развитию корпоративных ценностей. Признанным фактором успеха деятельности компании считается моральное удовлетворение сотрудников: компании с лояльными и высокомотивированными сотрудниками отличаются большей производительностью. Кроме того, участие сотрудников в местных общественных инициативах может представлять для них личный интерес – почувствовать себя частью сообщества и осознать свой вклад в его развитие. Такая работа способствует налаживанию отношений со стейкхолдерами, так как сотрудники компании становятся проводниками идеологии компании в местном сообществе.

Корпоративное волонтерство, являясь частью более широкой программы социальных инвестиций, оказывает существенное влияние на формирование позитивного имиджа компании в местном сообществе. Оно позволяет на практике продемонстрировать социальную ответственность и укрепить репутацию компании, как в местном, так и в более широком сообществе.

Выделяют два взаимодополняющих друг друга подхода к развитию корпоративного волонтерства. Первый основан на вовлечении сотрудников в уже существующие социальные программы компании в свободное от работы время. Второй предполагает разработку программ корпоративного волонтерства на основе анализа текущей ситуации и в соответствии с корпоративными ценностями и перспективами развития. В сочетании оба эти подхода могут обеспечить цельную эффективную программу корпоративного волонтерства.

Стандартный набор возможных форм корпоративного волонтерства может включать в себя следующие программы: Признание и поощрение; Координаторы волонтерства; Оплачиваемое рабочее время или предоставление дополнительного свободного времени; Банк времени; Командирование сотрудников и руководителей компании в НКО; Участие в проектах местного сообщества; Проекты с участием команд; Программы наставничества; Программы волонтерства для сотрудников, выходящих на пенсию; Семейное волонтерство; Виртуальное наставничество/волонтерство [1].

Жизненно важным элементом корпоративного волонтерства является налаживание партнерских отношений с НКО. В настоящее время компании признают, что НКО имеют больше, чем они необходимого опыта, который может помочь управлять корпоративной

вовлеченностью сотрудников и решать проблемы местного сообщества. Все чаще компании и НКО двигаются в направлении «трансформации партнерства», в котором они вместе работают для достижения общих целей с помощью взаимобмена людьми, опытом, обучением и ресурсами. По мере того, как растет значимость сотрудничества, компании готовы инвестировать в развитие партнерских НКО. НКО же со своей стороны должны стараться понимать и отвечать задачам бизнеса в партнерских отношениях. Открытое общение, совместное планирование, взаимная оценка, обучение и обратная связь: составляющие партнерских отношений между компаниями и НКО [3].

Таким образом, деятельность в рамках корпоративного волонтерства является стратегической и вносит вклад в развитие современного гражданского общества, становясь неотъемлемой частью стратегий КСО и устойчивого развития любой компании.

Список источников

1. АБК АМРО БАНК Корпоративное волонтерство. Сборник / <http://www.crno.ru>
2. Краснопольская И. Корпоративное волонтерство в России: основные характеристики / <https://www.hse.ru>
3. Корпоративное волонтерство в России: сборник лучших практик / <http://www.kdobru.ru>
4. Корпоративное волонтерство: инструкция по применению / <http://hr-portal.ru>

УДК 339.138

С.А. Водяха (Екатеринбург, Уральский государственный педагогический университет)

ЧЕРТЫ ЛИЧНОСТИ, ДЕТЕРМИНИРУЮЩИЕ ВОЛОНТЕРСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

В настоящее время особенно острой становится диагностика и прогноз волонтерского и альтруистического поведения. Автор считает, что наиболее эффективным способом предсказания волонтерского поведения будет выявление достоинств личности и сопутствующих ему просоциальных качеств личности. Черты характера, влияющие на взаимодействие личности с обществом, формируют направленность личности. Е.Н. Азарова на основе классификации видов направленности личности Н.Г. Егорычевой, выделяет три типа направленности, благоприятно влияющих на волонтерскую деятельность: коллективистская, деловая, гуманистическая [1]. Анализируя черты характера, которые составляют данный фактор, можно увидеть, что все из них будут определять выделенные типы направленности.

В.Л. Овчинников утверждает, что при подготовке к волонтерской деятельности наибольшую значимость имеет формирование

стремления к интересной работе. Волонтерская деятельность помогает приобрести те качества, которые смогут оказать положительное влияние на профессиональную деятельность. Также это исследование объясняет высокую связь с признаком «активные социальные контакты», «обучение и образование» и «общественная жизнь». Участие в волонтерских организациях помогает человеку обрести важные социальные контакты, имеющие для него значимость [3].

Яницкий объясняет связь таких признаков как «увлечения», «достижения» и «духовное удовлетворение» тем, что для многих людей участие в волонтерской деятельности является разновидностью хобби, которое может перерасти, в некоторых случаях, в профессиональную деятельность. Реализуя свои увлечения через данную деятельность они могут достигать духовного удовлетворения [3].

Низкая связь признаков «собственный престиж» и «высокое материально положение» подтверждена в исследовании М.С. Яницкого. Он отмечал, что данные ценности отвергаются участниками волонтерского движения. Это может быть объяснено тем, что участие в волонтерской деятельности не предполагает материального вознаграждения [3].

Б. Додонов, Л.А. Кудринская, С.В. Алещенок изучая мотивы добровольческой деятельности однозначно отмечают тот факт, что они не всегда носят исключительно альтруистический характер. Некоторые мотивы будут эгоистичными. Также С.В. Алещенок выделяет такой мотив как «Желание реализовать себя и свои инициативы», что является подтверждением существования связи между признаками, составляющий фактор «Стремление к самоактуализации» [2].

Волонтерская деятельность является одной из самых трудных, в силу постоянного взаимодействия с людьми. Более того, данная деятельность, как правило, направлена на работу с социально незащищенными слоями населения. Эти особенности предполагают наличие у волонтера высокой эмоциональной гибкости и эмоциональной устойчивости. Также важность данного фактора отмечала Л.М. Митина, описывая качества, способствующие благоприятной деятельности добровольцев.

Также, исследуя работу волонтеров, М.Снайдером, А. Омото и Дж.Клэри были выявлены побуждающие к данной деятельности причины, в число которых входят когнитивные причины: желание лучше узнать людей или приобрести навыки [1].

Любовь к учению представляет собой стремление к овладению новыми навыками и совокупности знаний. Выявление данного фактора может быть обусловлено тем, что, благодаря волонтерской деятельности, человек приобретает навыки взаимодействия с людьми различных социальных групп, коллективной деятельности и другие.

На основании вышеизложенных предположений была поставлена гипотеза исследования и сформулирована его цель.

Цель исследования: выявление свойств и качеств личности, детерминирующих вступление и интеграцию в волонтерскую деятельность.

Эмпирическое исследование проводилось на базе «Молодежного добровольческого центра УрГПУ» – 74 испытуемых, и волонтерского центра «Волонтеры Урала» - 26 испытуемых.

В ходе исследования были использованы следующие методики: - Опросник «Мотивация помощи» С. К. Нартовой-Бочавер; Методика диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере (шкалы альтруизма и эгоизма) О. Ф Потемкина; Опросник терминальных ценностей И. Г. Сенин; «Опросник личностных достоинств» (“PersonalStrengthsQuestionare”) С. А. Водяха.

Первым шагом для определения доминирующих, в данной выборке, достоинств личности, является подсчет средних значений по всем 24 шкалам. Получившиеся средние значения представлены в таблице 1. Значения представлены в порядке возрастания.

Таблица 1. Значения по шкалам личностных достоинств методики ОЛД

Показатели достоинств	Сред. значение
Креативность	25,82
Смирение	27,02
Саморегуляция	27,11
Благоразумие	27,65
Прогностичность	27,83
Непредубежденность	27,89
Духовность	28,07
Любознательность	28,17
Любовь к учению	28,89
Постоянство	28,99
Храбрость	29,48
Понимание красоты и совершенства	29,63
Гражданственность	29,76
Лидерство	30,09
Социальный интеллект	30,49
Доброта	30,67
Юмор	30,76
Прощение и милосердие	30,81
Жизнерадостность	31,42
Справедливость	31,63
Надежда	31,87
Целостность	31,95
Любовь	32,02
Благодарность	33,7

По сравнению с нормативной выборкой нашей выборке, в большей степени, присущи следующие личностные достоинства: «Гражданственность» – 29,76; «Лидерство» – 30,09; «Социальный интеллект» – 30,49; «Доброта» – 30,67; «Юмор» – 30,76; «Прощение и милосердие» – 30,81; «Жизнерадостность» – 31,42; «Справедливость» – 31,63; «Надежда» – 31,87; «Целостность» – 31,95; «Любовь» – 32,02; «Благодарность» – 33,7.

Согласно VIA классификации достоинств характера и добродетелей, на основе которой составлен данный опросник, все 24 показателя можно разделить на 6 групп. Дадим краткую характеристику каждой из представленных групп.

«Добродетель человечности» – это межличностные черты, которые включают совладающее поведение и поддержка других.

«Добродетель справедливости» – это гражданственные черты, лежащие в основе здоровой жизни общества.

«Добродетель трансцендентности» – это достоинства характера, которые устанавливают связи личности с мирозданием и придают смысл жизни.

«Добродетель смелости» – это аффективные качества, которые обеспечивают осуществление желаний, достижение целей в ситуации преодоления вне зависимости от внешних и внутренних ограничений.

«Прощение и милосердие»: прощение тех, кто сделал что-либо неправильное; принятие недостатков других; предоставление людям второго шанса; отсутствие мстительности[1].

Для выявления *личностных детерминант* был осуществлен факторный анализ. В ходе факторного анализа было выявлено 6 факторов, которые мы условно *назвали* «Социально одобряемые черты характера», «Особенности ценностно-смысловой сферы», «Стремление к самоактуализации», «Способность управлять собственными эмоциями», «Потребность в образовании», «Искренняя помощь окружающим».

Фактор *«Социально одобряемые черты характера»* является однополярным, объясняет 11,68 % общей дисперсии и включает в себя следующие признаки: любовь ($r = 0,82$), справедливость ($r = 0,80$), жизнерадостность ($r = 0,79$), целостность ($r = 0,79$), гражданственность ($r = 0,79$), лидерство ($r = 0,78$), благодарность ($r = 0,78$), доброта ($r = 0,77$), надежда ($r = 0,75$), социальный интеллект ($r = 0,72$), постоянство ($r = 0,67$), духовность ($r = 0,64$), прощение и милосердие ($r = 0,64$), любознательность ($r = 0,60$), непредубежденность ($r = 0,60$), прогностичность ($r = 0,59$), юмор ($r = 0,58$), понимание красоты и совершенства ($r = 0,56$), благоразумие ($r = 0,54$).

Второй фактор – *«Особенности ценностно-смысловой сферы»*. Однополярный фактор, составляющий 7,5% общей дисперсии. Он включает в себя следующие признаки: профессиональная жизнь

($r = 0,8$), увлечения ($r = 0,77$), обучение и образование ($r = 0,75$), развитие себя ($r = 0,74$), креативность ($r = 0,73$), активные социальные контакты ($r = 0,73$), духовное удовлетворение ($r = 0,72$), достижения ($r = 0,71$), семейная жизнь ($r = 0,7$). Также с этим фактором связаны такие ценности как общественная жизнь ($r = 0,67$), сохранение собственной индивидуальности ($r = 0,63$), собственный престиж ($r = 0,57$) и высокое материальное положение ($r = 0,55$).

Следующий фактор – «*Стремление к самоактуализации*». Общая доля дисперсии – 2,28%, он включает в себя: креативность ($r = 0,52$), храбрость ($r = 0,51$), ориентация на эгоизм ($r = 0,65$).

Четвертый фактор – «*Способность управлять собственными эмоциями*». Данный признак однополярный, составляет 2,07% общей дисперсии. Он включает в себя следующие признаки: смирение ($r = 0,74$), благоразумие ($r = 0,53$), саморегуляция ($r = 0,79$).

Фактор «*Потребность в образовании*» однополярный, представляет 1,67% общей дисперсии и содержит в себе признак «любовь к учению» ($r = 0,58$).

Последний, выявленный нами фактор – «*Искренняя помощь окружающим*». Однополярный, общая доля дисперсии – 1,82%, включает в себя: мотивацию помощи ($r = 0,49$) и ориентацию на альтруизм ($r = 0,81$).

Исследуя мотивы участия в волонтерской деятельности, традиционно выявляют как эгоистические, так и альтруистические мотивы. Данный фактор объясняет вступление в волонтерские организации тех людей, чья мотивация является альтруистической.

Проведя анализ полученных эмпирических данных, мы можем сделать следующие выводы.

1) В структуре мотивационной сферы участников волонтерской деятельности имеется устойчивое стремление к оказанию помощи окружающим.

2) Мотивация помощи может быть объяснена как альтруистическими, так и эгоистическими мотивами; преобладает альтруистическая направленность.

3) В структуре ценностно-смысловой сферы добровольцев наибольшую значимость имеют сферы общественной жизни и увлечений, а сфера семейной жизни имеет наименьшую значимость. Среди ценностей преобладают достижения и развитие себя, пренебрегаются ценности собственного престижа и высокого материального положения.

4) Вступление добровольцев в волонтерские организации обусловлено рядом личностных детерминант. Ими являются: «Социально одобряемые черты характера», «Особенности ценностно-смысловой сферы», «Стремление к самоактуализации», «Способность

управлять собственными эмоциями», «Потребность в образовании» и «Искренняя помощь окружающим».

Список литературы

1. Водяха, С.А. Взаимосвязь достоинств характера студентов с показателями психологического благополучия / С.А.Водяха // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Проблемы высшего образования. –2014. –№ 2.– С. 27-30.

2. Додонов, Б. И. Компонентный анализ эмоционального содержания интересов, мечтаний и воспоминаний человека / Б.И.Додонов // Вопросы психологии. – 1977. – № 2. –С. 145-155..

3. Ясницкий, М.С.Ценностные ориентации личности как динамическая система/ М.С. Яницкий. – М.: Мысль, 2009. –С.17-50.

УДК 339.138

Г.П. Пирожков, В.В. Красников, И.Г. Пирожкова (Тамбов, Тамбовский государственный технический университет) ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО (ВОЛОНТЕРСТВО) КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

С давних времен многие народы поддерживали идею добровольной помощи человека человеку или сообществу без желания заработать. Бескорыстная помощь и сегодня может проявляться в разных формах: от традиционной взаимопомощи до совместных усилий многих людей, от местного или общенационального уровня вплоть до международного. Интеграция усилий не только государственных учреждений, но и общественных организаций, основанных на добровольности (добровольчестве), необходима сегодня в России при решении, например, острых проблем в социальной жизни.

Федеральный закон «Об общественных объединениях» предоставил каждому гражданину право объединяться, не приобретая статус юридического лица. Федеральный закон «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» обеспечивает правовое регулирование благотворительной деятельности. После принятия этих и ряда других законов в России появилось волонтерское движение (сегодня «к месту», а чаще «без места» мы переходим на иняз: «волонтер» от фр. «volontaire», которое от лат. «voluntarius»), говоря по-русски, добровольчество («волонтер» – «доброволец»).

Описываемое явление издавна существует в России. Русское понятие «добровольчество» (в западной социологии «волонтерство») означает добровольную работу, альтруизм, способ строить отношения в сообществе на безвозмездной основе. Многие специалисты указывают, что русскоязычный эквивалент этого понятия более содержателен в отличие от его франко-итальянского прототипа. «Доброволец»

(«добро»+«воля») – это индивид, совершающий по своему желанию и хотению добрые поступки. В синониме, используемом в западной науке, нет акцента на нравственной ориентации понятия: в нем отражен лишь способ участия в каком-то деле, акции, проекте (самостоятельно), но не замечен характер выполняемой работы. В прошлом добровольцами называли людей, которые добровольно поступали на военную службу. Так, в советское время это был «способ комплектования вооруженных сил путем зачисления на военную службу добровольцев» [9, с. 365].

В рассматриваемом контексте понятие «добровольчество» утвердилось в России лишь в 1990 гг. Политической платформой процесса стали новые ориентиры: «перестройка» и «гласность», изменившие личное мировоззрение. Появилось много неформальных и неполитических общественных организаций нового типа, пытавшихся разрешить в жизни людей острые проблемы, которые раньше государство старалось снять монопольно неэффективно, а часто лицемерно или вовсе отстраниться от них. Так в демократической России был сделан важный шаг на пути к гражданскому обществу.

В условиях кардинально изменившихся политических и социально-экономических реалий мощным стимулом добровольчества явилось предоставление благотворительными организациями людям новой информации и современных знаний, создание возможности получить другую квалификацию, поменять или получить работу в соответствии с образованием. Именно в те годы слово «волонтер» прочно вошло в наш разговорный язык, оно часто употреблялось в печати, проникало в научные и учебные издания, чему во многом способствовали переводная западная литература, развитие гуманитарных связей с другими государствами и др.

Сегодня движение добровольцев (волонтеров) насчитывает более 5 миллионов человек [5, с. 4]. Институт волонтерства стал в России и заметным педагогическим ресурсом [4], выступая в качестве «альтернативной формы практического обучения студентов» [5, с. 4].

Работа Волонтерского центра Тамбовского государственного технического университета яркий тому пример. Одним из важных ее направлений является шефство студентов над воспитанниками школ-интернатов. Студенты приобретают для детей спортивный инвентарь и одежду, книги и игрушки, проводят с ними игры, просто много общаются, чтобы по максимуму восполнить недостаток внимания. Важным делом добровольцы считают поддержку участников Великой Отечественной войны. В копилке центра также активное участие в Универсиаде 2013 г., во всемирных играх боевых искусств, в Олимпийских играх, в движении Российских студенческих отрядов [1, с. 7].

Однако сегодня нельзя утверждать, что большинство учащихся участвует в волонтерской деятельности. Причин несколько. Недостаточная информированность молодежи, к сожалению, многие

молодые люди просто не знают о таких проблемах в социальной жизни, которые решаются обычным человеческим вниманием, сочувствием и сопереживанием. Признаем и тот факт, что большинство людей просто не верят многим благотворительным фондам, они не уверены, что их вложения пойдут на помощь нуждающимся.

Заметим, что изучение «добровольческого труда» опирается на традиции, тесно связанные с ценностями ряда религий, а также на некоторые коммунистические и либеральные идеи. Исследователи помнят, что еще в конце XIX в. в России появился массовый нерелигиозный субъект добровольного труда. А после 1917 г. безвозмездный труд советских граждан мощно иницировался партийно-государственной властью: будучи действительно массовым, он фактически не был добровольным, а часто просто превращался в принудилровку, достаточно вспомнить советские субботники. Доброволец же – это «тот, кто добровольно взял на себя какую-нибудь работу. *Идти на поиск вызвались добровольцы*» [5, с. 169].

Безвозмездный труд как основа развития гражданского общества заметно представлен движением краеведов России, которое всегда было демократически настроенным социальным институтом. Неслучайно ему пришлось выдержать мощнейшее давление – вплоть до разгрома – со стороны госаппарата в условиях коммунистической партизации. Подчеркнем, что и в связи с этим термин «добровольческий сектор» пока слабо приживается в России. Хотя сегодня он уже прочно обозначил себя в трех взаимодействующих составляющих: а) добровольные организации (неправительственные, некоммерческие); б) благотворительность, денежные пожертвования, филантропия; в) добровольчество или пожертвование временем. Другими словами, в «добровольческий сектор» включаем все неправительственные и некоммерческие организации, которые созданы и работают на основе добровольчества, управляются выборными органами, состоящими из таких же добровольцев (волонтеров).

Заметим также, что активизация в последние годы любительской составляющей в российском движении краеведов призывает к уточнению содержания ряда терминов. Так, «добровольчество» в краеведческом движении, на наш взгляд, значительно шире той работы, которая делается добровольно, без оплаты труда, так как здесь работает принцип: краеведческая работа практически всегда строится в формате значимых социальных проектов и, как правило, направлена на решение важных общественных задач.

И еще один сюжет, тесно связанный с формированием гражданского общества. Такое понятие как «добровольная организация», суть которой как раз в добровольчестве, сегодня продолжает активно использоваться, хотя, к сожалению, его высший смысл сильно искажен долгой советской практикой, когда в условиях

полного огосударствления общественных объединений и подавления всяких демократических начал в их работе можно высказываться только о «добровольно-принудительной практике» в их деятельности. Уверены, что это еще одна не последняя причина, заставляющая называть «добровольчество» иностранным словом.

Считается, что бум «родино(крае)ведения» и осмысление «локальной истории» во второй половине XIX – начале XX вв., появление краеведения как науки и общественных практик [7] были пресечены в 1930 гг. разгромом движения краеведов и физической расправой над его участниками, в результате чего краеведение стало оцениваться властью только как любительское – «кружковое» – занятие. Воссоздание научного краеведения и активизация движения краеведов замечено уже со второй половины 1980 гг. в силу следующих причин: глобализация/глокализация; регионализация и муниципализация постсоветского пространства и др. В те годы решительно менялся научный и общественный статус краеведческой науки и практики. Они перестали быть лишь отраслью исторического знания и превратились в форму «национально-культурной идеологии постсоветской России», точнее, стали той почвой, «на которой, в случае благополучного развития событий, может вырасти новая „русская идея“» [3], а «краеведческое движение имеет дело с формированием экзистенциальной основы личности, горожанина, гражданина. В этом отношении современное краеведение есть род гражданской деятельности в высоком смысле этого слова – деятельности, которая дает шанс действительного развития регионам...» [3].

Сегодня краеведческие объединения подходят под дефиницию добровольческого труда. Пример – деятельность «Тамбовского центра краеведения» (ТЦК) (проект профессора Г.П. Пирожкова, 1995-2015 гг.) – уникального в своем роде общественного объединения исследователей региональной истории и культуры. Двадцатилетняя работа ТЦК – яркая страница в социокультурном пространстве Тамбовской области. Как научная организация центр имел многогранную краеведческую практику. В структуре объединения работали издательская, экспертные и пресс-группы, ответственные за проведение конференций, были созданы архив и библиотека, в которой концентрировалась научная, художественная и краеведческая литература, связанная с Тамбовским краем. Суть краеведческой деятельности членам ТЦК представлялась, прежде всего, как система поручений для творческих краеведческих коллективов с учетом их научно-исследовательской и профессиональной подготовки, а также возраста краеведов, их интересов, опыта участия в краеведческой работе. Члены ТЦК разделяли гуманные цели краеведческих занятий, обладали высокой общественной состоятельностью и образовательно-воспитательной основательностью, старались поддерживать поисково-

исследовательский характер краеведческой деятельности, всегда помнили о ее преемственности. Последние четырнадцать лет ТЦК и основанная на базе объединения научная школа «Проблемы истории и культуры Тамбовского края» работали под патронажем Российской академии естественных наук на основе договора о сотрудничестве [2; 8]. Среди официальных партнёров ТЦК были не только государственные и муниципальные учреждения (архивы, музеи, библиотеки, редакции и др.), но и ряд общественных, некоммерческих организаций (областное отделение Союза писателей России, Тамбовское дворянское собрание и др.). Главным принципом в работе ТЦК всегда были добровольность и неоплачиваемый труд.

Основным занятием краеведов была исследовательская деятельность. ТЦК реализовал несколько научных, образовательных и просветительских проектов. В изданиях центра (бюллетень «Тамбовские хроники», научно-информационный журнал «Вестник ТЦК» и др.) опубликовано более шестисот материалов. Разнообразная продукция высокого научного качества стала свидетельством константной работы научной школы центра. Как информационное объединение ТЦК всегда предоставляло возможность использовать ее краеведческие ресурсы в научно-исследовательских целях. Все время члены ТЦК активно занимались благотворительной деятельностью, проводили массовые акции, реализовали ряд интересных проектов: безвозмездно пополняли краеведческой литературой фонды сельских, районных и городских библиотек (села Донское и Иванково, райцентры Моршанск и Рассказово), научно-вспомогательной библиотеки Музея-усадьбы С.В. Рахманинова в селе Ивановка Уваровского района. Интерес студенческой и учащейся молодежи вызвали организованные аспирантами Тамбовского государственного университета имени Г.Р. Державина под руководством Ученого секретаря ТЦК доцента В.П. Зориной благотворительные акции «ТЦК – детскому дому» и «ТЦК – воспитанникам интернатов и детских домов». В тот год детям-сиротам активисты центра передали купленные краеведами игрушки и канцелярские принадлежности, а также детские книги. По инициативе редактората центра реализован благотворительный проект «ТЦК – православному храму села Каменка». Собранные краеведами деньги были переданы приходскому совету церкви, от которого было получено благодарственное письмо. В 2003-2007 гг. центр осуществил благотворительную акцию «Нет наркотикам!» [8]. Это лишь небольшой перечень благотворительных мероприятий ТЦК. Тем не менее, можно утверждать, что благотворительные проекты проводились регулярно, выделялись добровольным участием в них, прежде всего, молодых людей, пожелавших кому-то помочь, выразить поддержку, сделать благое дело. Этому тоже нужно учиться.

Итак, подводя итоги исследования, заметим, что добровольчество (волонтерство) сегодня в России является заметным фактором развития отдельных территорий и регионов России, фактором укрепления национального самосознания и формирования гражданского общества.

Список литературы

1. Басалаева, И.П. Форматы постсоветского краеведения / И.П. Басалаева [Электронный ресурс] URL: <http://www.sibmuseum.ru/sites/default/files/news/basalaeva.pdf> (Дата обращения: 22.07.2014)
2. Болотова, Л.В. Организация добровольческой деятельности как аспект вузовской подготовки будущих социальных работников: дисс. ... к. пед. наук / Л.В. Болотова. – Тамбов, 2007. – 250 с.
3. Волонтерское движение: прошлое и настоящее: учебное пособие. – Астрахань: Астрах. гос. ун-тет, 2012. – 68 с.
4. Пирожков, Г.П. Российское родино(крае)ведение: зарождение и развитие (вторая половина XIX – начало XX в.) / Г.П. Пирожков // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2012. – №2. – Ч. 2.С. – 175-182.
5. Пирожков, Г.П. Тамбовский центр краеведения в социокультурном пространстве региона-68 / Г.П. Пирожков, А.В. Ишин. – Тамбов, 2009. – 152 с.

УДК 339.138

**А.А. Ароянц, М.М. Мовсисян (Краснодар, Кубанский
государственный технологический университет)
РОЛЬ ВОЛОНТЕРСТВА В ФОРМИРОВАНИИ И РАЗВИТИИ
ОБЩЕСТВА: ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОСТЬ**

Вектор развития современного правового государства во многом определяется готовностью его граждан к осознанному добровольному участию в общественной жизни. Для многих демократических стран волонтерство (от лат. voluntarius – добровольный) стало неотъемлемой частью национального менталитета. В России укреплению позиций добровольческого движения придается особое значение, поскольку данное направление является своеобразным индикатором «зрелости» общества и гарантом его социальной устойчивости. Если рассматривать волонтерство в самом широком понимании, как безвозмездную и общественно полезную деятельность (оказание услуг), осуществляемую индивидуально или коллективно на основе свободного выбора и доброй воли, то своеобразной точкой отсчета можно считать 996 год, когда князь Владимир своим Указом официально вменил в

обязанность духовенству заниматься общественным призрением, определив десятину на содержание монастырей, церквей и больниц [1].

Проявляясь в исторически сложившихся традициях взаимопомощи, поддержки наиболее неимущих слоёв населения, безвозмездном оказании каких-либо услуг благотворительность претерпевала трансформацию в зависимости от меняющихся социально-экономических и политических условий. Отдельного внимания в рассматриваемом контексте заслуживает меценатство – поддержка различного вида творческой деятельности, в том числе культуры и искусства. В России это направление благотворительного процесса начало зарождаться в XVIII веке, а во второй половине XIX века наступил его расцвет.

Исходя из исторического опыта, можно констатировать, что отечественное добровольческое движение опирается на прочный фундамент. В процессе его укрепления, еще несколько веков назад участвовали известные русские династии меценатов – Демидовых, Рябушинских, Бахрушиных, Морозовых, Третьяковых и др.

Новый прилив энергии и ресурсов для дальнейшего развития добровольчества как формы социальной активности могут привнести молодежные инициативы. Стремление к персональному участию в жизни общества и государства, к реализации и удовлетворению различных социальных потребностей и интересов – является мощным стимулом для морально-нравственного, духовного совершенствования личности и самореализации.

Во всём мире молодёжное добровольческое движение уже получило широкое распространение, а его роль в социальном развитии рассматривается на международном уровне. Активная молодёжь пытается найти свою «нишу» в обществе и волонтерская деятельность призвана помочь определить оптимальную социальную траекторию.

На сегодняшний день понятие «волонтер» отождествляется с любой добровольной деятельностью, которая базируется на идеях бескорыстного служения гуманизму, осуществляется без заработной платы на благо и процветание общества. В волонтерскую деятельность включаются представители разных возрастов и профессий, общественных групп, защищающие интересы общества во многих сферах жизни общества [2].

Обратимся к характеристикам, позволяющим определить основные мотивы вовлечения юношей и девушек в добровольческое движение:

- помогая другим, волонтеры обретают уверенность в своих способностях;
- приобретают полезные навыки и опыт работы в команде;
- формируют и укрепляют социальные связи, общаются с интересными людьми;
- желание помочь другим людям, сострадание нуждающимся;

- находят себя, принимают те ценности и привычки, которые позволяют вести здоровую, продуктивную и насыщенную жизнь;
- получение признания в обществе как социально ответственного гражданина.

Это лишь малая часть факторов, которые в своем большинстве опираются на самореализацию. Отметим, что добровольчество не во всех случаях ориентировано на результат. Во многих аспектах не меньшую роль играет процесс оказания помощи (чаще морального плана), где основными инвестируемыми ресурсами будут являться эмоции и личное время. К примеру, общение с воспитанниками детских домов, пожилыми людьми, лицами с ограниченными возможностями здоровья и другими категориями граждан.

Если рассматривать добровольчество с позиции государства, то оно, с одной стороны, помогает в создании стабильного и сплочённого общества, а с другой – дополняет услуги, которые предоставляют государственные структуры. Учитывая данные факторы, волонтерский труд можно охарактеризовать как свободную форму активности, в основе которой лежат альтруистические настроения и созидательность, продуктами их выступают общественно полезные услуги, имеющие ценностный характер и для самих «производителей» [2].

В настоящее время происходит расширение самого понятия «волонтерская деятельность». Это уже не просто оказание помощи одними гражданами другим, а изменение ценностной ориентации, переход к принципу «активной жизненной позиции в обществе».

Волонтерство оказывает положительный эффект на социальную и экономическую сферу, помогает решать социально значимые проблемы, положительно влияет на систему образования, т.к. вовлечение школьников и студентов в добровольческую деятельность способствует формированию у молодежи лидерских качеств, дает возможность на практике проявить свои умения, поддерживает патриотический дух.

Многие исследователи обращают внимание на то, что среди видов социальных практик волонтерство обладает мощным общественным ресурсом для решения социальных проблем, улучшения качества жизни граждан, помощи населению при возникновении чрезвычайных ситуаций природного или техногенного характера и т.д. Это вид деятельности характеризует уровень самоорганизации общества, вовлеченность молодых людей в создание общих позитивных ценностей. Готовность молодежи участвовать в добровольческой деятельности является также важным показателем осознания ею своих реальных возможностей и интересов, степени развития гражданского общества в нашей стране [4].

Обращаясь к практике волонтерской деятельности, отметим, что в России присоединиться к добровольческому движению может любой человек, который хочет помочь нуждающимся людям. Особое значение это утверждение приобретает в отношении молодежи, поскольку юноши

и девушки находятся на стадии личностного развития, а их активность в рамках волонтерского движения закладывает и укрепляет в них такие качества как: милосердие, уважение, сострадание, толерантность, а также многие другие важные морально-нравственные ориентиры, необходимые современному обществу.

В рассматриваемом направлении существенную роль играет личный пример. Участие в различных добровольческих мероприятиях, становится импульсом к реализации себя и в других сферах социальной жизни. Полученные навыки сопутствуют молодым людям, которые продолжают развивать их, становясь активными лидерами среди своих сверстников, ведут за собой и стимулируют других участвовать в жизни общества.

Взаимосвязь социальной активности и гражданской ответственности молодежи неоспорима, поскольку добровольцы оказывают содействие в решении значимых проблем, что задает дополнительный импульс развитию общества. Участвуя в преобразовании социума, они совершенствуют свои внутренние ориентиры, а значит, изменяют самих себя. В данном случае трудно определить первичность процессов, поскольку здесь прослеживается неразрывная связь.

Немаловажную роль в полноценном функционировании гражданского общества играют общественные организации – это различные правозащитные организации, экологические, образовательные, спортивные, волонтерские объединения и другие некоммерческие организации [3]. Наиболее ярко волонтерские движения выражены в учебных заведениях, а в частности в волонтерских центрах вузов. Импульсом развития волонтерства стала подготовка к проведению XXII Олимпийских и XI Паралимпийских игр в Сочи в 2014 году, которая создала уникальные возможности для реализации системного подхода в добровольческих программах молодежи.

Часть студенческой молодежи активно занимается волонтерской работой. Основными направлениями деятельности являются:

- волонтерство Победы (волонтерская деятельность, направленная на патриотическое воспитание и сохранение исторической памяти, связанная с деятельностью Всероссийского волонтерского корпуса 70-летия Победы в Великой Отечественной войне 1941-1945 годов);

- событийное волонтерство (подразумевает привлечение волонтеров к организации и проведению событий спортивного, образовательного, социокультурного характера на местном, региональном, федеральном и международном уровнях, с целью их дальнейшего вовлечения в смежные направления добровольчества, а также формирования гражданской культуры);

- социальное волонтерство (деятельность направлена на помощь детям, нуждающимся в особом внимании государства, пожилым людям,

ветеранам, людям с ограниченными возможностями, гражданам, пострадавшим в стихийных бедствиях, социальных катаклизмах и др.);

- медицинское волонтерство (деятельность в сфере здравоохранения, призванная повысить качество медицинской помощи на всех ее этапах: профилактическом, лечебном и реабилитационном);

- инклюзивное волонтерство (совместная добровольческая деятельность людей с ограниченными возможностями и без, направленная на помощь людям, организацию мероприятий, решение социально значимых проблем общества);

- культурное волонтерство (добровольческая деятельность в проектах культурной направленности: в музеях, библиотеках, театрах);

- волонтерство в чрезвычайных ситуациях (это добровольческая деятельность в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, содействие в их профилактике и ликвидации, популяризация культуры безопасности среди населения).

Обратимся к конкретному примеру, позволяющему наглядно продемонстрировать опыт внедрения идей добровольчества в молодежной среде. Они нашли отражение в программе развития деятельности Центра привлечения волонтеров «Политехник» Кубанского государственного технологического университета (ЦПВ КубГТУ), который объединяет активную и целеустремлённую молодежь в реализации проектов социальной направленности, спортивных, культурных, экологических мероприятиях, донорских акциях, пропаганде здорового образа жизни, популяризации принципов волонтерской (добровольческой) деятельности. По инициативе волонтерского центра в целях сохранения и передачи будущим поколениям олимпийского наследия реализована Комплексная программа «Олимпиада в сердце моем», включающая тематические уроки, мастер-классы, дискуссионные площадки, семинары, тренинги, командообразующие игры, конкурсные платформы и др [5].

Общее количество проектов и мероприятий, которые провел ЦПВ КубГТУ с момента создания, составляет 861, в том числе за 2015 год – 245. Общее количество волонтеров, принявших участие в мероприятиях и проектах в 2015 году более 1700 человек.

Добровольческое движение обладает потенциалом, способным помочь созданию партнерских отношений в обществе. Основной принцип волонтерского движения – это некоммерческий характер. Каждый волонтер занимается работой без давления и принуждения, ради обеспечения блага своего сообщества или общества в целом. Исключается приобретение с ее помощью власти или завоевание личного авторитета. При этом за добровольческой работой закрепляется главная роль среди различных видов социальной активности.

Значение добровольческой деятельности для общества и государства отмечалось в ежегодных (с 2007 г.) Посланиях Президента РФ, докладах Общественной палаты о развитии гражданского общества. Был принят и реализуется ряд законодательных решений, способствующих развитию добровольчества, его поддержка становится приоритетным направлением государственной молодежной и социальной политики [4].

Можно констатировать, что волонтерский труд помогает эффективнее решать задачи, стоящие перед обществом, касающиеся в широком смысле повышения качества жизни людей. Волонтерство продолжает активно развиваться и расширять сферы своей деятельности, создавая новые формы, виды и направления. Практика показывает, что волонтерское движение в России расширяется, крепнет и вносит свою лепту в решение многих проблем. В перспективе добровольчество может стать национальной идеей, ярким проявлением истинного патриотизма.

Список литературы

1. История благотворительности в России: царской, советской и современной [Электронный ресурс]. URL: http://ria.ru/disabled_know/20130226/924715394.html
2. Баженова, А.К. Волонтерство как форма социальной активности/ А.К. Баженова// Электронный вестник Ростовского социально-экономического института. 2014. – № 2. –С. 156-162.
3. Бурчакова, М.А., Хожемпо В.В. Волонтерство как форма проявления социальной ответственности государства, общества и бизнеса/М.А. Бурчакова, В.В. Хожемпо // Современные технологии управления. – 2015. – № 4. – С. 15-20.
4. Загладина, Х.Т. Волонтерство и реализация социального потенциала детей и молодежи в контексте Российской образовательной политики // Образовательная политика–. 2014. –№ 4. –С. 57-73.
- 5 Олимпиада в сердце моем [Электронный ресурс]. URL: <http://kubstu.ru/r-22>

УДК 339.138

Ч. И. Ильдарханова (Казань, Центр семьи и демографии Академии наук Республики Татарстан)

АНИМАТОРСТВО КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ ЛОКАЛЬНЫХ (СЕЛЬСКИХ) СООБЩЕСТВ

Одной из форм обновления жизни является анимация. Понятие «социальный аниматор» происходит от слова *anima*, означающего жизнь, душа, огонь, движение. Под анимацией принято подразумевать стимулирование, мобилизацию сообщества, помощь в его реализации,

движении, развитии, жизни. Часто понятия анимация и мобилизация являются равнозначными, поскольку анимация – это объединение сообщества и его мобилизация для выполнения поставленных целей как одного целого.

Анализ публикаций, посвященных феномену анимации, показывает, что разные науки соответственно своей специализации выделяют социокультурный, педагогический, досуговый аспекты. Их объединяет то, что центральное место придается полагающей роли аниматоров тем или иным социальным группам, общезначимым практикам жителей конкретных мест [1]. В зарубежной литературе большое внимание придается анимации как средству обучения людей управлять своей жизнью в местных сообществах. М. Поло подчеркивает важную роль информационной компетентности, как обладающей качествами освобождения, помогающей использовать общественную деятельность, так же как и психосоциальные методы для выявления и продвижения способностей людей. Это направление создает основы для развития гражданского общества «снизу» [2].

В настоящее время анимация в странах Запада стала широко признанным понятием на всех уровнях управления, во многих сферах социальной и культурной жизни. Само толкование понятия более широкое, т.е. рассматривается не только с позиции социальной педагогики, но включает разные виды социальной деятельности. В Швейцарии эта деятельность рассматривается как новая профессия, для подготовки к ней созданы специальные учебные заведения [3].

Ограничение этого понятия более узкими рамками российскими учеными, сведение его к области социальной педагогики, на наш взгляд, связано в основном с деидеологизацией социальных процессов и исчезновением с коммуникационной арены ряда носителей аниматорских функций. В советских практиках не называя себя аниматорами, действовали кадры организаторов культурно-воспитательных процессов профсоюзной сети учреждений, комсомола, государственных учреждений культуры. На селе выполняли социокультурную миссию учителя, специалисты сельского хозяйства, медицинские работники, и хотя организация этой деятельности носила директивный характер, но она, тем не менее, открывала, выражаясь фигурально «по зову сердца», простор для выполнения роли лектора, агитатора, пропагандиста или руководителя повышения квалификации.

Обращение к институту аниматорства и актуализация его роли в модернизации жизненного пространства села объясняется следующими обстоятельствами. Во-первых, необходимостью поиска новых источников модернизации, которые обладают сильным потенциалом, но находятся на периферии представлений о его возможностях как ресурса стратегического управления. Во-вторых, солидарностью с заключением о том, что чиновники официальных структур власти (а руководители

муниципалитетов несут в себе все положительные и отрицательные черты чиновников) «являются по должности массовыми противниками инноваций, хотя лично могут быть их сторонниками» [4]. Причина в том, что они обязаны следовать инструкциям, то есть действовать рутинно. В-третьих, население не всегда активно соучаствует в обустройстве места (кроме подворья) своего обитания. Не выходит оно и за пределы частной жизни, что связывается нами с ограниченностью экономических связей с коллективным хозяйствованием. В-четвертых, начиная с 1980х годов и по настоящее время, муниципальные органы так и не смогли занять значимое место в жизни населения. Если в конце 1980х годов при всей критической оценке существующих официальных структур (партийных, советских органов, хозяйственных и общественных организаций) на них возлагали надежду более 50% людей, то в 2010 гг. ориентация на возможную помощь кардинально изменилась, «каждый третий из четырех (74%) считает, что помогут только члены семьи, родные, коллеги по работе. ... И совсем провальную оценку заслужили местные органы власти, профсоюзные организации (и те, и другие около 8%). Из поля рационального восприятия вычеркнуты политические партии – только 2% выразили мнение, что к ним можно обратиться» [5].

Необходимость расширения рамок модернизации села связана и с тем, что современная институционализация предоставления благ населению за счет формальных структур способствует занижению потребности личного участия людей в обустройстве жизненного пространства. Как свидетельствуют практики западных стран, население больше сориентировано получать блага от специальных организаций, чем создавать их самостоятельно.

В условиях потребительского общества, которое вслед за Западом формируется в настоящее время и в России, складываются отношения по модели «потребители – поставщики услуг», захватывающие практически все сферы, в том числе, и сферу социальную. Поставщики услуг, взяв на себя некий набор обязательств, должны их выполнять в полной мере, чтобы не потерять потребителей, которые со своей стороны могут прибегнуть и к разным формам самозащиты в случае ненадлежащего предоставления услуг, в том числе, прибегая и к судебной защите.

Сельская реальность не осталась в стороне от данного процесса. Государства, как это можно показать на примере Великобритании, не просто идут на установление стандартов предоставления социальных услуг сельскому населению, но создают правовые предпосылки для соучастия сообществ в решении местных вопросов [6].

Так доступ в Интернет оценивается как возможность беспрепятственно читать правительственные сайты, высказывать свои предложения и жалобы. Во всех случаях предполагается интеграция между кадрами ведомств, ответственных за отдельные сферы сельской

жизни, и действиями целевых групп населения. Такой подход подразумевает, что локальное сельское сообщество будет не только потребителем социальных благ, но и осуществит контроль над территорией своего обитания, обустройством своего настоящего и будущего.

Схожие цели провозглашены и в различных институциональных документах и России, однако, далеко не все из них реализуются в нормативах. В тех случаях, когда такие нормативы предусмотрены (как в здравоохранении, противопожарной безопасности, образовании) далеко не всегда их удается реализовать в силу специфики природных условий разных мест огромной территории страны, отсутствия материально-финансовых ресурсов, неукомплектованности инфраструктуры специалистами, а также видения сельских проблем кадрами ведомств, ответственных за отдельные сферы сельской жизни.

Население локального сельского сообщества через органы самоуправления обладает довольно большим объемом полномочий, чтобы осуществить контроль над территорией своего обитания, обустройством своего настоящего и будущего. На примере Татарстана видно, что благодаря государственной поддержке и деятельности муниципальных органов выполнение стандартов по соблюдению обеспечения социально-значимых услуг приближено к международным показателям. В первую очередь, это относится к доставке детей в удаленные школы, к доставке пенсий, сохранению малокомплектных школ (часто вопреки стратегии федеральных ведомств), доступности средств телефонной связи всем категориям населения.

В Республике Татарстан общеизвестны многочисленные факты именно такого рода. В Дрожжановском муниципальном районе Татарстана, житель деревни №1 выделил 100 тыс. руб. для ремонта школ. Земляки этой деревни собрали деньги на реконструкцию мечети. Житель из деревни N2 дал 105 тыс. руб. на строительство моста. В 2013 г. в этом поселении собрано 780 тыс. руб. силами населения на обустройство села. На средства самообложения и за счет активной сплоченной работы был построен новый, удобный мост.

Аниматоры сельской реальности на уровне НКО, действующих на межрегиональном уровне, делают попытки разработать и внедрить эффективные формы взаимодействия местного сообщества и власти с тем, чтобы население становилось не просителем благ от власти, но и само участвовало в преобразовании среды своего обитания. Одним из таких аниматоров является «Сибирский центр поддержки общественных инициатив», «Ассоциация сибирских и дальневосточных городов» и «Эко-культурный центр и Поволжье».

Аниматоров сельского жизненного пространства можно разделить на три группы. *Первая группа* – руководители крупхозов, которые озабочены не только благополучием работающих персоналов, но тех,

кто проживает на селе их базирования. Обычно они ограничиваются материальной, финансовой помощью, по разным направлениям (от поддержки проектов, имеющих сельскую значимость для всех жителей до оказания помощи социально уязвимым группам). Это внимание консолидирует и сообщество.

Спасибо руководителю ООО «Березка» за помощь в проведении почти всех мероприятий на территории нашего поселения: День Пожилых людей – по 10 кг муки каждому; День Победы – нашим ветеранам войны и труженикам тыла был предоставлен продуктовый набор и чаепитие. Хочу выразить благодарность и молодежи села, которая организовала концерт «Молодежная волна», посвященный акции «Помоги родной школе», - из выступления главы сельского поселения Дрожжановского муниципального района РТ на сходе жителей поселения

Формы спонсорства можно дополнить нестандартными действиями влиятельных членов местных сообществ, которых можно объединить во *вторую группу*. Чаще всего эта позиция присуща фермерам, действия которых выступают, с одной стороны, как пример того, чего может достичь инициативный человек, с другой – щедрость благотворительности. Кроме того, нередко аниматоры этого типа проявляют действия, граничащие с властью над сообществом в ее мягких формах.

К *третьей группе* аниматоров можно отнести персон, связанных с конкретным селом, как с малой родиной. Давно покинув деревню, они, став, как правило, успешными актерами, делают что-нибудь полезное и для села, организуют «сельский туризм».

Туристы с неподдельным любопытством посещают животноводческие семейные фермы. В Ямашурме действуют три такие фермы. Там можно погладить теленка, попить парного молочка и попробовать густую деревенскую сметану. А потом заглянуть в мини-пекарню и отведать с пылу с жару настоящий крестьянский хлеб, выпеченный из собственной муки. В селе действует частная мельница, которую также может посетить любой турист. А еще в нашей предприимчивой деревне помимо страусиной фермы есть лесопильный цех, мини-фабрика по пошиву традиционных тюбетеек, цех по производству окон, автосервис и пять частных магазинов.

Более половины (55%) сельских поселений относятся к высокодотационным. Доля дотаций, а так же доходов, переданных по дифференцированным нормативам взамен дотаций, в общем объеме доходов местных бюджетов колеблется от 50 до 100%. Только 6,6% сельских поселений относятся к низкодотационным; доля дотаций, а также доходов, переданных по дифференцированным нормативам взамен дотаций, в общем объеме доходов местных бюджетов – до 5%.

Это значит, что местные бюджеты сельских поселений не получают достаточно доходов от местных налогов и неналоговых доходов в соответствии с переданными им новыми полномочиями.

Анимация предполагает донесение до чиновников, местных ведомств и лидеров сообщества идеи того, что требуется снизить покровительственную роль при предоставлении средств и услуг. Представителей структур обучают тому, чтобы они способствовали самостоятельному определению сообществом своих ресурсов, но, более того, тому, чтобы данные ведомства сами предоставляли и поддерживали средства и услуги общины [7].

Выделение института аниматорства как ресурса модернизации жизненного пространства села актуально в научно-практическом аспекте. Общественная самоактуализация членов сельских сообществ через местное самоуправление пока не развита, ограничивается инновационными действиями отдельных лиц, с которыми и может быть связана ближайшая перспектива позитивных перемен в жизненном пространстве села в контексте усиления сплоченности, солидарности и более высокой удовлетворенности жизнью на селе [8].

Предпосылки для эффективной деятельности аниматоров в сельском жизненном пространстве зависят от пространственно-временной стабильности экономического и социального положения сельскохозяйственных организаций и семей, которая проявляется двояким образом.

При устойчивости повторения возврата сельской реальности к состоянию несостоятельности муниципалитетов решать актуальные проблемы села, автономии крупных хозяйств и подворий, действия аниматоров предстают перед глазами сельских сообществ как игра, не заслуживающая доверия. Эта ситуация характерна для жителей сельских поселений, не воспользовавшимися по разным причинам теми ресурсами поддержки, которые более инициированы государством в первое десятилетие XXI века. Неравномерность доступа к этим ресурсам по регионам, низкая информационная компетентность в отношении процедур получения кредитов и участия в грантовой поддержке, слабая управленческая составляющая определили в значительной мере неэффективность попыток аниматоров оживить застойные ситуации в социальной жизни сообществ.

Итак, более последовательная цепь решений и действий по модернизации сельской жизни, что демонстрируют реалии Татарстана, реализуется в совокупности с появлением и сохранением устойчивого состояния новых форм хозяйствования (высокотехнологичные семейные животноводческие фермы, достаточно широкий масштаб охвата финансовой помощью семейных хозяйств, сохранение тесной и эквивалентной формы взаимосвязи последних с крупными хозяйствами), а также успехи муниципалитетов в обустройстве

социокультурной инфраструктуры способствуют росту и гражданской активности сообществ. Для деятельности аниматоров в данной ситуации складывается более благоприятная обстановка, чтобы придать этой активности дополнительный импульс.

Список литературы

1. Тарасов, Л.В. О системе фундаментальных терминов социокультурной анимации в российской педагогической науке / Л.В. Тарасов // Вестник МГУКИ. – 2011, 5(43). – Сентябрь-октябрь. – С. 124-129.
2. Pollo M. Educazione come animazione, Tuzin: Libreria Doctrina Cristiana, 1991.
3. Швейцария: социально-культурная анимация <http://www.yoursociolog.ru/ysocs-675-2.html>
4. Лапин, Н.И. Проблемы формирования концепции и человеческих измерений стратегии поэтапной модернизации России и ее регионов / Н.И. Лапин // Социс. –2014.–№7. – С. 17.
5. Тощенко ,Ж. Т. Экономическое сознание и поведение: четверть века спустя (конец 1980х-начало 2010 г.) // Социс. –2014.–№7. – С.51-63.
6. Rural White Paper. <http://www.defra.gov.uk/wildlife-countryside/ruralwp>
7. Сайт Коллектива по упрочению общин Ванкуверской общественной сети <http://cec.vcn.bc.ca/gcad/key/key-ar.htm>
8. Ильдарханова, Ч.И. Модернизация сельского Татарстана: социологическая теория и практика [монография] / Ч.И. Ильдарханова. – Казань: Изд-во Академии наук РТ, 2016. – 373 с.

УДК 339.138

В.А. Чернов (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ИХ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ПОДДЕРЖКУ ПАТРИОТИЧЕСКИХ НАСТРОЕНИЙ РОССИЯН В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

В настоящее время Российская Федерация переживает непростой период своего существования и сталкивается с различными вызовами. Наряду с международным терроризмом, это прежде всего стремление западных держав во главе с США ограничить роль России на мировой арене до уровня региональной державы, добиться смены политического режима, не допустить реализации ею самостоятельного внешнеполитического курса, используя при этом кризисные явления в экономике и финансовой сфере. А для этого необходимо соответствующее информационное воздействие на умы и настроения людей в российском обществе.

Информационное противостояние России и Запада, обострившееся в связи с пятидневной войной на Кавказе в августе 2008 года, достигло уровня информационно-психологической войны в 2013-2016 годах в ходе политического кризиса и гражданской войны в Сирии и на Украине. Принято выделять такие формы ведения войны, как информационная, идеологическая, психологическая, экономическая и с применением средств вооруженного насилия, то есть боевые действия. Причем первые четыре формы ведения войны, как показывает исторический опыт, используются противостоящими сторонами задолго до непосредственно боевых действий, а затем в ходе и после окончания их.

В 70-80-е годы прошлого века в научный оборот вводится понятие «информационно – психологическая война» для обозначения информационно – психологического противоборства противостоящих систем пи блоков. В этом противостоянии информационно - пропагандистские службы опираются на феномен подверженности большинства простых людей внушаемости со стороны СМИ. Иными словами, цель такой войны – формирование соответствующих настроений и общественного мнения по поводу значимых событий прошлого и современности, действий политиков и политических сил.

В большинстве стран мира СМИ уже давно стали мощным оружием власть предержащих инструментом обработки массового сознания и манипуляции, орудием ведения информационных войн. Почти все они входят в холдинги, принадлежащие государственным либо частным структурам, лишь немногие из них могут считаться независимыми. Россия после 1991 года также ведет информационные войны, хотя, как правило, ответные и вынужденные, иницируемые извне [1]. При этом российские СМИ занимали обычно оборонительную позицию, а некоторые из них в ходе первой чеченской войны откровенно выступали на стороне противника.

В последние годы СМИ, особенно радиоэлектронные и Интернет, являются одним из главных источников информации для большинства людей и, соответственно основным инструментом управления общественным мнением [2]. Энциклопедический словарь определяет общественное мнение как состояние массового сознания, заключающее в себе отношение к общественным событиям, к деятельности различных групп, организаций, отдельных личностей. Оно выражает позицию явного или скрытого одобрения или осуждения по тем или иным общественным проблемам, регулирует поведение индивидов и социальных групп, насаждает определенные нормы общественных отношений.

По некоторым оценкам, лишь 15% людей способны критически воспринимать получаемую по радиоэлектронным СМИ информацию [3]. Поэтому при подготовке и проведении войн, «цветных» революций и

спецопераций правительства, спецслужбы и ведущие СМИ западных держав стараются заблаговременно создать позитивное к себе и негативное по отношению к противнику или жертве общественное мнение. Достаточно вспомнить операцию США и НАТО по расчленению Югославии, демонизацию сербов с 90-х годы и по настоящее время в выступлениях политиков в публикациях СМИ западных государств.

Небывалого размаха в последние годы достигла пропагандистская кампания со стороны государственных и частных СМИ западных государств и монархических режимов Персидского залива в связи с развязанной ими же гражданской войной в Сирии в отношении правящего сирийского режима во главе с президентом Башаром Асадом, который позиционируется ими как кровавый диктатор. В то же время оправдываются любые деяния оппозиции, включая самые варварские и бесчеловечные, против военнослужащих сирийской армии и сторонников действующего правительства.

Не стала исключением и Российская Федерация, ставшая для Запада ключевым объектом в информационном противостоянии, когда её внешняя политика стала исходить из приоритета национально-государственных интересов, а не из пресловутого «партнёрства» 90-х годов. Это проявилось уже после Мюнхенской речи В.В. Путина в феврале 2007 года на ежегодной международной конференции по безопасности, а также в процессе подготовки и осуществления Грузией военной авантюры в августе 2008 года в Южной Осетии. В странах Северной Америки и Евросоюза активно формировался образ врага грузинского народа – агрессивного северного соседа с его имперскими амбициями. Переписывалась история, искажались факты нашего общего исторического прошлого, нагнеталась атмосфера русофобии и антисоветизма.

В ходе пятидневной войны информационно-психологическое прикрытие военных действий режима Саакашвили координировалось на государственном уровне и в масштабе всего блока НАТО и Евросоюза. В нём были задействованы радиоэлектронные СМИ, пресса, правозащитные и иные общественные организации, фонды, институты и центры. Правдивая информация из России блокировалась, что убедительно свидетельствовало о фальшивости постулата о свободе слова и свободе печати, независимости СМИ и свободе распространения информации и других либеральных ценностей. Для размещения информации, отражающей позиции Российской стороны в этом конфликте, пришлось даже закупать полосы на страницах ряда европейских изданий.

После некоторого затишья, обусловленного кратковременной «перезагрузкой» российско - американских отношений, очередной накал информационно-психологического противоборства между Россией и Западом был связан с политическим кризисом на Украине, активизацией

международного терроризма на Ближнем и Среднем Востоке и гражданской войной в Сирии.

Воссоединение Крыма с Россией, образование на востоке Украины Донецкой и Луганской народных республик, решительные действия России в координации с Ираном и Ираком по оказанию военной поддержке Сирии в борьбе с террористами ИГИЛ – все эти события оказались в центре невиданной по размаху глобальной информационной войны. Эта война представляет собой коммуникативную технологию по воздействию на информацию и информационные системы противника в целях обеспечения информационного превосходства над ним при одновременной защите своих информационных систем и собственной информации. В ней используются такие приёмы, как полуправда, откровенная ложь, правда, недомолвки, интерпретация в нужном свете, фигура умолчания, передёргивание фактов и событий. Человеку, не искушенному в политике и не стремящемуся разбираться в потоке информации и дезинформации, всё сложнее отделить истину от искаженной картины и не поддаться информационному зомбированию. Тонкая, психологически выверенная информационная манипуляция общественным сознанием является одним из инструментов «мягкой» силы, которая направлена на достижение стратегических целей без применения военных средств.

В наше время радиоэлектронные СМИ и Интернет – главные источники информации и, соответственно, основной инструмент управления общественным мнением в условиях глобальной информационной войны. В этой войне, на наш взгляд, следует различать внутренние и внешние фронты для любой из сторон. Внутренний фронт – это информационно-психологическое воздействие на собственных граждан в целях консолидации общества для решения тех или иных стратегических задач. Внешний фронт – это информационное воздействие на общественное сознание населения других государств, позиции различных политических сил и общественных движений.

В этой войне на два фронта в условиях экономических санкций западных держав против России и попыток её политической изоляции важная роль в информационной политике отводится поддержанию патриотических настроений в российском обществе и противодействию подрыву патриотического настроения наших граждан по вопросам внешней политики. В этих целях необходимо постоянное проведение системного комплексного воздействия как наступательного, так и оборонительного характера через СМИ и Интернет. Усилия, предпринимаемые Российской Федерацией в этом направлении, приносят определённые результаты. Создано и успешно работает Международное информационное агентство (МИА) и его подразделения в России и других странах мира. Канал «РашенТудей» вещает на зарубежную

аудиторию на английском испанском языках, несмотря на создаваемые Западом препоны по блокированию информации, отражающей российскую точку зрения, и преследования российских журналистов.

Практически на всех ведущих телеканалах России действуют дискуссионные площадки: «Право голоса», «Время покажет», «Большинство», «Открытая студия», «Поединок», «Воскресный вечер с Соловьёвым» и др., на которых представлены альтернативные точки зрения. Это то, чем не могут похвастаться США и государства Евросоюза. Профессионально безупречно работает с военными дипломатами, представителями российских и зарубежных СМИ пресс-центр Министерства обороны РФ при освещении операции российских ВКС в Сирии. Яркой контрпропагандистской направленностью отличаются программа В. Сёмина «Агитпроп» на канале «Россия-24» и программа «Особое мнение» на канале «Звезда», приложение «Улики» в газете «Советская Россия».

Далеко неслучайно, что не только в Украине и Молдавии, но и в таких странах Евросоюза как Великобритания, Польша, страны Балтии предпринимаются попытки закрытия тех или иных российских телеканалов, ограничения в деятельности журналистов, российских и европейских за правдивую информацию о ситуации в Сирии, Украине и других горячих точках.

Вместе с тем, в России свободно действуют и продолжают получать государственную поддержку телеканал «Дождь», радио «Эхо Москвы», «Новая газета», занимающие откровенно прозападные позиции по отношению к внешнеполитического курса российского руководства.

В российских СМИ используются приемы замалчивания, либо простой констатации неудобных фактов и событий «фигура умолчания». Например, не говорится прямо о роли Израиля в борьбе с правительством Асада (полёты израильских ВВС в воздушном пространстве Сирии, имевшие место обстрелы позиций сирийских войск, лечение боевиков ИГИЛ в больницах Израиля). Нет внятного объяснения и внешне дружеским отношениям нашей страны с арабскими монархиями, спонсирующими ИГИЛ, - Саудовской Аравией и Катаром. Можно предполагать, что в этом случае бизнес - интересы государственных корпораций и частных структур вступают в противоречия с национально-государственными интересами России. То же самое можно сказать о строительстве в далеко недружественной Турции и нейтральной Финляндии атомных электростанций под немалые кредиты, предоставленные Россией, а также продажа Украине по сниженной цене угля, электроэнергии, газа. Вызывает вопросы предложенная правительством РФ новая программа приватизации остатков государственной собственности Роснефти, РЖД и других

прибыльных предприятий, предусматривающая и участие в ней иностранного капитала.

Внешнелитический курс России, проводимый в настоящее время президентом В.В. Путиным, деятельность Министерства иностранных дел и Министерства обороны пользуются поддержкой абсолютного большинства населения самых различных политических и общественных сил за исключением либеральных кругов в различных эшелонах власти, в среде научной и творческой интеллигенции. Опросы общественного мнения, проведенные Левада центром в марте 2016 года показывают, что деятельность президента одобряют 82% опрошенных, работу правительства – 53%, государственной думы – 40%. Высокий уровень доверия президенту объясняется широкой поддержкой, проводимой Россией политикой в сфере международных отношений, отвечающей национально-государственным интересам нашей страны. Более низкий уровень одобрения работой правительства и парламента связан с недовольством граждан деятельностью финансово-экономического и социального блоков правительства, перекладывающих в условиях экономических санкций все тяготы экономического кризиса на плечи рядовых граждан, а не на государственные и частные корпорации банковские структуры.

Не случайно Уполномоченный по правам человека Э. Панфилова на встрече с президентом В.В. Путиным высказала тревогу по поводу растущего социального разрыва в доходах 10% самых бедных по отношению к 10% самых богатых, который в настоящее время составляет 1 к 16,5, а к 2020 году может составить 1 к 20.

Поэтому поддержка патриотических настроений россиян по вопросу внешней политики в условиях информационной войны с Западом нуждается в корректировке, проводимой в стране социально-экономической политики. Широкая общественная поддержка внешнеполитического курса гарантирована руководству страны если оно исходит из национально-государственных интересов и опирается на успехи в развитии экономики, росте благосостояния широких слоев населения, снижении социальной напряженности. Формирование общественного мнения россиян по вопросам внешней политики и противодействия подрыву их патриотического настроения важная роль принадлежит средствам массовой информации. Они призваны действовать наступательно и с опережением, не приукрашивая и прошлое нашей страны и сегодняшнюю действительность, решительно противодействовать фальсификации нашей истории и в первую очередь истории Великой Отечественной войны, решающей роли советского союза в разгроме фашисткой Германии и ее союзников, отстаивать историческую правду и сохранять историческую память. Как отметил президент РФ Путин В.В. в своем выступлении на заседании

оргкомитета «Победа» 5 апреля 2016 г., патриотическое воспитание должно быть органичной частью жизни нашего общества.

Список литературы

1. Пантин, В.И. Мировые циклы и перспективы России в первой половине XXI века: основные вызовы и возможные ответы / В.И. Пантин. – Дубна: Феникс+, 2009. – С. 352,356.
2. Кара Мурза, С.Г. Власть манипуляции/ С.Г. Кара-Мурза. – М. : Академический проспект, 2007. – С.307.
3. Чернов, В.А. Информационное противостояние и формирование общественного мнения в ходе пятидневной войны на Кавказе/ В.А. Чернов // Корпоративная культура: от теории к практике: сборник научных трудов. – Ульяновск: УлГТУ, 2009. – С.97.

УДК 339.138

С.С. Дударев (Ульяновск, Ульяновский государственный педагогический университет им. И.Н. Ульянова) СТАНОВЛЕНИЕ СОВЕТСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ КАК УСЛОВИЕ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ

В России, где формирование гражданского общества сдерживалось самодержавием, необходимость движения страны в этом направлении, осознавалась лидерами оппозиционного движения, начиная с XIX века. Начало XX века ознаменовано большими политическими и социальными потрясениями в России. Немаловажную роль в этом сыграли нарастающие действия большевиков. Важное место в их планах играла пропаганда своих идей и идеалов, и она распространялась не только на центральные и крупные российские города, но и на провинциальные города и поселки.

Советское государство развилось из маленького большевистского политического кружка, построенного по антисистемным (сектантским) тоталитарным принципам. Особенность тоталитарной коммуникации состоит в ее вертикальности, однонаправленности (субъект-объектности). Жесткая партийная структура наложила свой отпечаток на прессу, издаваемую под ее управлением. Все это было характерно для молодой партии большевиков.

В противовес ей действовало значительное количество оппозиционной партийной печати. Ведущее место в этой партийной борьбе занимали конституционные демократы, имевшие большинство министерских портфелей в первом Временном правительстве и большое влияние на комитет журналистов с его «Известиями». Под влиянием кадетов находился и Союз русских писателей. Большим вниманием пользовались и кадетские издания: в Петрограде – «Современное слово», в Москве – «Русские ведомости».

Все буржуазные газеты поддерживали Временное правительство и занимали ведущие позиции в пропаганде его деятельности. Они численно значительно превосходили издания социалистов. Например, в Петрограде в марте 1917 г. выходило более 50 газет, из которых 35 являлись буржуазными и 11 – эсеро-меньшевистскими. У большевиков в Петрограде была одна газета – «Правда» (восстановленная 5 марта 1917 г.) с тиражом 60–100 тыс. экземпляров, в Москве выходил «Социал-демократ». Позднее появились большевистские газеты в других городах.

Центральным органом меньшевиков была «Рабочая газета». В Москве выходила меньшевистская газета «Вперед».

В период между Февральской и Октябрьской революциями эсеры более активно, чем другие партии, вели свою пропаганду через многочисленные печатные органы. С 15 марта они выпускали ежедневно общепартийную газету «Дело народа», которая распространялась тиражом до 300 тыс. экземпляров. 29 марта вышел орган правого крыла партии – «Воля народа». Позицию последней поддерживали «Известия Всероссийского Совета крестьянских депутатов». В Петрограде также выходили эсеровские газеты «Свободная Россия» и «Самоуправление», а в Москве – «Труд», «Земля и воля», «Народное слово», «Власть труда», «Социал-революционер». Среди московских изданий выделялась ежедневная газета «Солдат-гражданин», выпускавшаяся эсеро-меньшевистским Советом солдатских депутатов. Всего же в 1917 г. издавалось более сотни различных партийных периодических органов[1].

9 марта 1917 г. Временное правительство ликвидирует основной центр царской цензуры – «Главный комитет по делам печати», вводит должность комиссара по делам печати. Представители журналистских и писательских объединений, а так же представители соответствующих отраслей экономики (издатели, полиграфисты и промышленники) горячо приветствовали это решение. Между тем, Временное правительство рассматривало данное решение как популистское и в июле предоставило военному министру право закрывать издания, призывающие к военному бунту и неповиновению на фронте. Началась борьба с инакомыслием. В итоге большевистские издания были закрыты и загнаны в подполье.

С похожими проблемами впоследствии пришлось столкнуться и самим большевикам. 9 ноября 1917 года выходит Декрет о печати, который декларировал: «приняты временные и экстренные меры для пресечения потока грязи и клеветы, в которых охотно потопила бы молодую победу народа желтая и зеленая пресса.» Таким образом, данное постановление входило в прямое противоречие с лозунгами о свободе слова и печати, с которыми выступали большевики. Однако авторы Декрета допустили оговорку, в которой они давали возможность

отмены цензуры, акцентировали внимание на ее временном факторе: «Как только новый порядок упрочится, всякие административные воздействия на печать будут прекращены, для нее будет установлена полная свобода в пределах ответственности перед судом, согласно самому широкому и прогрессивному в этом отношении закону»

Цензура выставлялась как чрезвычайная мера на время борьбы с идеологическими противниками и упрочения властных позиций советского государства. Это было воспринято неоднозначно. Очевидно, прямым вызовом в отношении новой власти прозвучали утверждения о том, что декларируемая большевиками «свобода», «диктатура пролетариата» обеспечивает возможности насильственного нарушения законов и попрание человеческих прав, «революционное правосознание» победителей, т. е. их «самый неприкрытый произвол» [2].

Декрет о печати не был, как иногда представляют, обычным юридическим законом о печати. Он не ликвидировал буржуазную и мелкобуржуазную прессу, а преследовал призывы к открытому сопротивлению и неповиновению Советской власти, ложь и клевету. Он имел и агитационный характер, о чем свидетельствует его лексика. В нем объяснялось, что буржуазный лозунг «свободы печати» всегда был «либеральной ширмой», которая фактически скрывала «свободу для имущих классов захватить в свои руки львиную долю всей прессы, невозбранно отравлять умы и вносить смуту в сознание масс».

В конце 1917 г. интенсивно развивается местная печать. В начале 1918 г. в Советской России выходило 884 газеты, 753 журнала, издаваемых комитетами РКП и органами государственной власти на местах. Так, только в 14 губерниях Центральной промышленной области к июню 1918 г. издавалось 76 газет, журналов и бюллетеней. Новые издания появляются в национальных районах страны. Газеты на русском и национальных языках выходят на Украине, в Белоруссии, Закавказье, Прибалтике, Туркестане.

На начальном этапе деятельности советской журналистики возникли новые формы общения с читателем, новые формы подачи материалов: дискуссионные статьи, письма-отклики, публикация результатов социологических опросов. Специфическая обстановка первых месяцев Советской власти, насыщенная драматическими событиями, вызвала к жизни и своеобразный жанр – многострочную шапку-призыв.

Прессе Советской России в условиях многопартийности были присущи полемичность, дискуссионность, разнообразие мнений, в ходе которых большевистская журналистика неотступно проводила идеи пролетарской диктатуры, бескомпромиссности к инакомыслию.

Установившая власть ставила задачу создания нового общества и, более того, человека коммунистического будущего. В советском государстве возник феномен пролетарской культуры. Организация

«Пролеткульт» появилась сразу после Февральской революции, и после Октябрьской революции по инициативе А.В.Луначарского стала массовой организацией. По данным на 1920-й год в ней насчитывалось около 80 000 чел., были охвачены слои рабочих, издавалось 20 журналов. Наиболее заметное явление – первый Рабочий театр Пролеткульта, где работали С.М. Эйзенштейн, Е.П. Гарин, Г.В. Александров и др. Идеология Пролеткульта исходила из определения «классовой культуры», сформулированной Г.В. Плехановым. По мнению идеолога Пролеткульта А.А. Богданова, любое произведение искусства, отражает интересы и мировоззрения только одного класса (рабовладельческого, помещичьего, буржуазного, крестьянского) и поэтому непригодна для другого. По мнению А.А. Богданова, пролетарская культура – динамичная система элементов сознания, которая управляет социальной практикой, а пролетариат как класс ее реализует [4, с.98].

Несомненно, можно сказать, что советская журналистика в общем и Пролеткульт в частности, повлияли на развитие пролетарской сознательности. Советская власть ставила перед собой задачу создания общества совершенно нового уникального общества, основанного на взаимовыручке и кооперации ради решения не только небольших социальных задач, но и глобальных общечеловеческих и государственных целей. Стоит заметить, что после Февральской и Октябрьской революций население России перестало быть «подданными империи», а стали гражданами. Здесь можно вспомнить стихотворение В. Маяковского «Стихи о советском паспорте»: «... Я достаю из широких штанин дубликатом бесценного груза, читайте, завидуйте, я - гражданин Советского Союза». Конечно, оно было написано уже после создания СССР, в 1929 году, но примечательно то, как автор гордо заявлял о гражданстве Советского Союза. Подобная гордость, чувство приобщения к новому типу общества и было следствием развития Пролеткульта и советской журналистики.

Итак, гражданская культура подразумевает сочетание таких качеств, которые могут содействовать ведению государственных дел при участии членов гражданского общества, с присущими им повседневными интересами.

В социальном аспекте гражданская культура выражается в ощущении единства со страной, обществом, решимости в преодолении жизненных трудностей, т.е. в гражданской идентичности. Новый этап формирования российской гражданской идентичности начался с момента становления советской журналистики. Советские газеты с их новыми формами общения с читателями, с их новыми жанрами были тем самым фактором, который стоял у истоков зарождения гражданского общества в России.

Список литературы

1. Ахмадулин, Е. В. История российской журналистики начала XX века / Е.В. Ахмадулин. – Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2008. – 392 с.
2. Покровский, И.А. Перуново заклътье / И.А. Покровский // Из глубины: Сборник статей о русской революции. – М., 1991. – С. 268.
3. Овсепян, Р.П. История новейшей отечественной журналистики (1917 – нач. 1990-х годов). – М. : Изд-во Моск. Ун-та, 2006. – 208 с.
4. Богданов, А. О пролетарской культуре / А. Богданов. – М. : Книга, 1924. – 334 с.

УДК 339.138

А.М. Булынин (Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

ФОРМИРОВАНИЕ У БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ЦЕННОСТЕЙ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В УСЛОВИЯХ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Феномен гражданского общества не может быть до конца раскрыт вне рамок общецивилизационной ценностной парадигмы. Поэтому для более полного его понимания необходимо применение такого исследовательского инструмента, каким является ценностный подход. «Ценностный подход к явлениям природы и общества, то есть отбор того, что нам нужно, что мы ценим, есть элементарный акт, без которого не возможна ни деятельность, ни сама жизнь человека, как существа, имеющего различные потребности, интересы, цели. Лишенная стремления к определенным ценностям, жизнь теряет всякий смысл, фактически перестает быть жизнью» [2, с.8].

Теоретические и практико-ориентированные исследования сущности ценностного подхода позволили установить, что он открывает определенные перспективы в моделировании социальных систем, ибо ценности являются как бы генами, определяющими их формирование и развитие. Система высшего профессионального образования, взвешивая и обдумывая свои валентности должна выводить на поверхности бытия ценностные приоритеты, составляющих, по мнению, И. Канта, А. Шопенгауэра конечную основу моральных действий, интеллигентный характер, представляющей неизменное участие человека в мировой воле. Сущность такого образования заключается в подготовке специалистов, обладающих развитыми ценностными ориентациями, присущими гражданскому обществу. При осуществлении учебно-воспитательного процесса ставка делается на воспроизводство духовных и рациональных форм сознания. «Такое сознание способно, по мнению исследователей, избавить социальную деятельность индивидов от влияния манипуляции и привести людей к более полной реализации собственных рациональных потребностей и интересов.

Рациональное поведение основано на понимании объективной ценности различных жизненных ресурсов» [3, с. 21]. Но, к сожалению, рационализм и утилитарность, господствующие в современном обществе упростили все многообразие человеческих отношений, вторглись в ценностное сознание подрастающего поколения, по сути дела предложив молодым людям самостоятельно решать свои проблемы в условиях стремления к быстрой наживе. В результате падения общественной престижности труда у большей части молодежи сформировался социальный пессимизм – неверие в возможность реализации своих сил и способностей в напряженной и содержательной деятельности, вознаграждаемой в соответствии с затраченными усилиями. Поэтому в наличной ситуации актуализировался интерес к ценностям гражданского общества, предлагающим иные социокультурные приоритеты и установки.

Концепция гражданского общества, как известно, формировалась в работах Аристотеля, Т. Гоббса, Ж.-Ж. Руссо, Ш.-Л. Монтескье, Т. Пейна и других мыслителей и базировалась на идеях естественного права и общественного договора. Тем самым прописывались нормы признания людьми универсальных правил общежития, которые они должны выполнять. Гражданское общество, таким образом, представляло собой результат контакта, соглашения, подразумевающего отношения взаимности, добровольности между государством и гражданином. Очевидно, что процесс формирования гражданского общества имеет естественный темп, который нельзя ускорить каким-либо подталкиванием сверху или снизу. Такое общество начинается с развитого самосознания, возникающего из индивидуальных начал личности. Развивать же их можно в первую очередь усилиями самой личности, ее устремленностью к ответственной свободе и демократии. Крах российских либеральных реформ высветил также особую роль государства в преодолении негативного влияния целого ряда факторов, препятствующих развитию ценностных основ гражданского общества. Молодые люди остро реагируют на нарушение принципа «равенства всех перед законом», игнорирование прав «маленького» человека как объекта, цели и конечного результата, проводимых в нашей стране реформ, несправедливому и безнравственному отношению к старшим поколениям, одержавшим великую победу над фашизмом, тяжелым трудом поднявшим страну из руин и завершающим свою жизнь в убогости и нищете. Видимость борьбы с коррупцией порождает дефицит нравственности и исторической ответственности перед страной у подрастающего поколения, которое в ближайшие десятилетия займет главенствующие позиции во властных структурах всех уровней, экономике и общественных организациях. Следовательно «сегодня особенно важным становится переосмысление целостности общества, его

«перекодирование» через мировоззренчески-смысловые, ценностные параметры. Это изменение способа социальной представленности общества для современников, переоценка наиболее важных средств жизнеобеспечения», утверждают исследователи [4, с. 901].

Мотивационный контекст помогает создать в сознании человека аксиологические значения, опираясь на которые он способен к интериоризации личностных смыслов, необходимых для деятельности в гражданском обществе. Ценность характеризуется, в основном, двумя свойствами – функциональным значением и личностным смыслом. Личностный смысл ценности, с одной стороны, определяется объектом, выполняющим функцию ценности, с другой стороны, зависит от самого человека. На основе функционирующих в обществе систем ценностей у всякого индивида формируется личностная система ценностных ориентаций, которая приобретает форму некоторой совокупности принципов понимания окружающей реальности, собственного поведения и поведения других людей.

В рамках ценностного подхода и устанавливается положительное значение данного предмета или его свойства для конкретного субъекта деятельности с точки зрения того, насколько этот предмет способен удовлетворять определенную потребность. Поэтому можно сказать, что понятие ценности отражает не столько сам факт возникновения ценностного отношения между предметом и потребностью в нем, сколько определенное качество этого отношения, которое и фиксируется в сознании в виде суждения об этом качестве - оценки.

В ходе исследования ценностей гражданского общества, стремясь постичь основы бытия, будущий социальный работник сталкивается с целым рядом затруднений, наиболее серьезным из которых является ориентирование в данной области, то есть фиксирование доминирующих значений, позволяющих понять картину аксиологической рядоположенности. Лишь осмысленная и признаваемая ценность способна выполнять функцию ориентира в профессиональной деятельности. Очень часто будущий специалист оказывается в сложном положении в виду противоречивости связей между моральным императивом и диктуемым в рамках повседневности поведением. Далеко не всегда в сознании человека ценности упорядочены и согласованы в такой мере, чтобы социально-профессиональный путь не был тернистым. Механизм действия и развития в таком случае связан с разрешением внутренних конфликтов в потребностно-мотивационной сфере. В наиболее общей форме этот механизм выражается в борьбе между долгом и желанием, мотивами нравственного и утилитарного порядка.

Довольно часто возникают ситуации, когда действия, обстоятельства их сопровождающие обладают разными по величине смысложизненными значениями. В то же время в результате

неоднократного подтверждения ценностно-смысловых оценок складываются нормы и принципы, обеспечивающие устойчивые воздействия на личность. Таким образом, будущему специалисту приходится участвовать в потенциально конфликтном сценарии. В среднестатистической норме имеется некий индивид, который много ожидает не только от профессиональной, но и от других сфер деятельности. При этом он не всегда в достаточной мере ясно осознает тот факт, что реализация претензий к лучшей жизни есть кропотливый, напряженный труд, требующий порой самопожертвования. Жертвовать приходится не только чрезмерными притязаниями, а вполне одобряемыми ценностями: досугом, развлечениями, семейными радостями, усилиями, щедро растрачиваемыми на преодоление препятствий, стоящих на пути решения любого ответственного дела. Чем богаче аксиологическая основа труда студента в процессе профессионального образования, тем легче проходит усвоение ценностей гражданского общества. Следует отметить, что довольно сложно формировать у молодых людей признание необходимости следования в повседневной жизни принципам гражданского общества, при наличии у большинства из них завышенных ожиданий. Необходим систематический поиск ценностных ориентиров, ведущих к принципиально иному онтогенетическому состоянию, в котором социальная отчужденность, пассивность, уступили бы место стремлению к социально-психологической устойчивости, развитию способности к конструктивному взаимодействию на разных уровнях.

В ситуации требующей целенаправленного развития ценностных ориентаций, присущих будущему социальному работнику логично обращение к диспозиционно-иерархической системе, предложенной В.А. Ядовым, в которой такие механизмы достаточно глубоко проанализированы [5, с.35-36]. В качестве другого варианта, возможно приобщение к историко-культурному опыту, когда человек находит уже готовую, традиционно сложившуюся систему ценностей и, оценив ее, принимает как данность, как руководство к дальнейшему действию. В таком случае, происходит как бы развертывание ценностных форм из социальной памяти в социальную программу. Сначала осуществляется фиксация ценностного опыта, то есть охватывается простейшая суть оценки, затем он включается в сферу сознания. После такого ценностного осмысления аксиологический опыт актуализируется и переводится из объективированной человеческой деятельности в живую работу. При этом необходимо соблюдение условия, в рамках которого формирование ценностных ориентаций отвечает самым важным потребностям личности в саморазвитии и самовыражении в конкретных, исторически обусловленных формах деятельности, характерных для образа жизни общества и социальной группы, с которой индивид себя идентифицирует.

Согласно концептуальным положениям «школы диалога культур» процесс активизации аксиологического ресурса должен быть организован таким образом, что бы происходило эффективное развитие когнитивного, аффективного и поведенческого компонентов личности, а также обеспечивалось понимание сущности формируемого понятия. Поэтому нужно говорить о включении ценностей гражданского общества в учебно-методический контент для обеспечения усвоения студентами их значений, например, посредством решения проблемных задач на основе реальных сценариев при изучении курса «История социальной работы». Студентам предлагается сделать ответственный выбор, опираясь в ходе рефлексии на ценности будущей профессиональной деятельности и впоследствии обосновать их. Следует иметь ввиду, что в процессе реализации частных методик и технологий развития ценностных ориентаций отмечается определенная доминанта, обращенная к когнитивной, аффективной и поведенческой сторонам сознания будущих социальных работников. Когнитивный компонент формируется с помощью такого средства воздействия как слово. Именно оно способствует приобщению обучаемых к знаниям через умелое владение им, является средством выражения интеллектуального потенциала. Уровень сформированности поведенческого компонента демонстрирует практический поступок человека, утверждающего себя в новом качестве.

Необходимо помнить о соответствии процесса формирования ценностных ориентаций гражданского общества внутренним потребностям молодежи. Воспитательные воздействия не должны вызывать отторжения, желания ухода от организуемых влияний, а наоборот, должны мотивировать искреннее стремление к восприятию ценностей гражданского общества.

Список литературы

1. Алешина, М.В. Социальная сплоченность: концептуализация понятия / М.В. Алешина. – Вестник Саратовского гос. тех. ун-та. –2012. – №4. –С. 216-221.

2. Булынин, А.М. Становление и развитие ценностной парадигмы педагогического образования / А.М.Булынин, А.Д. Брагина. – Ульяновск, 2010. – 220 с.

3. Эйдман, И.В. Прорыв в будущее: социология интернет-революции / И.В. Эйдман. –М.: ОГИ, 2007. –384 с.

4. Шалбин, В.Л. Социальная сплоченность как ключевой компонент образования целостного гражданского общества / В.Л. Шалбин. – Вестник Тамбовского гос. тех. ун-та. –2011. –Т.17, №3. –С.900-906.

5. Ядов, В.А. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности: Диспозиционная концепция / В.А. Ядов. - М. : ЦСПиМ, 2013. – 376 с.

Раздел 4. Экология и сохранение здоровья населения как проблемы функционирования гражданского общества

УДК 339.138

В.И. Мосин (Тула, Тульский социологический центр)

РОЛЬ ГРАЖДАНСКИХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКЕ ТУЛЬСКОГО КРАЯ

Охрана окружающей природной среды является сегодня ключевым приоритетом тульского региона. Он объединяет политиков и ученых, представителей власти, бизнеса, науки и общественности, различных гражданских объединений.

Главная задача всех участников этого процесса – формирование такой региональной экологической политики, в которой человек не борется с окружающей средой, не использует бездумно дарованные природой богатства, а гармонично включен в ее созидательные процессы. Работы здесь – непочатый край. Нельзя сказать, что в Тульской области всего здесь достигли. Но можно и, безусловно, нужно отметить положительную динамику, наметившуюся за последние несколько лет.

Сейчас совершенно очевидно, что насущно необходимы как государственная структура, отвечающая за эколого-просветительскую работу с населением, так и глубокое профессиональное осмысление и анализ эколого-просветительской методологии.

Создание системы эффективного целенаправленного формирования экологической культуры всех категорий жителей Тульской области с использованием для этого всех возможных инструментов и институтов требует решения, прежде всего, следующих задач:

1. Формирование у населения системы представлений о ценности природных ресурсов, об основных положениях стратегии устойчивого развития, о проблемах поддержания здоровья среды и т.д.

2. Формирование гуманного отношения к природе, обеспечивающего психологическое включение животных и растений в сферу действия этических норм.

3. Освоение населением экологически безопасных способов природопользования.

4. Обучение людей осознанно использовать уникальный потенциал, который заключен в духовном общении с миром природы, для собственного личностного развития.

5. Формирование у людей потребности в активной личной поддержке идей устойчивого развития и поддержания здоровья среды.

Формирование представлений об устойчивом развитии, поддержании здоровья среды и ценности ресурсов предусматривает

формирование базовых знаний и понимания того, что и как происходит в природе и между человеком и природой, как следует поступать с точки зрения экологической целесообразности.

Формирование гуманного отношения к природе, которому до настоящего времени уделялось гораздо меньше внимания, чем формированию научных экологических знаний, должно занять важнейшее место в содержании деятельности гражданских объединений по формированию экологической культуры населения Тульской области.

Формирование гуманного, партнерского отношения к природе предусматривает:

- воздействие на эстетическую и нравственную сферы человека, пробуждение и укрепление в людях желание беречь природу;

- психологическое включение людьми своих взаимоотношений с животными и растениями в сферу действия этических норм.

Освоение способов экологически приемлемого природопользования основано на формировании умения людей экологически грамотно осуществлять ту или иную деятельность, связанную с вторжением в природу. Это предусматривает:

- устойчивое природопользование (причем не только и сколько в сфере общественного производства, но и, главным образом, в сфере индивидуального природопользования – сбор грибов и ягод, сенокошение, использование химикатов на огороде, утилизация бытового мусора и т. д.);

- научное изучение среды и ее здоровье;

- деятельность по поддержанию здоровья среды (технологические, биотехнические, экономические, правовые аспекты).

Обучение людей предусматривает использование уникальных лично развивающих ценностей, которые заключены в психологическом общении и миром природы.

Высокий уровень экологической культуры населения предполагает возможность активного использования каждым человеком не только материальных, но и рекреационно-развивающих ценностей природы для своего личностного развития и самосовершенствования. Если целенаправленная образовательная деятельность позволяет людям открыть для себя психологический потенциал общения с природой, как особый природный ресурс, то это не только создает дополнительные возможности для их личностного развития, но и формирует убеждение в уникальной ценности мира природы. Это само по себе является серьезным фактором, влияющим на развитие экологически безопасных технологий природопользования.

Обеспечение активного участия широких слоев населения в поддержке идей устойчивого развития и поддержания здоровья среды – важнейший аспект деятельности гражданских объединений по

формированию экологической культуры. Позитивное отношение людей к природоохранным структурам является наиболее сильным стимулом общественной поддержке их деятельности. Формирование положительного отношения людей к требованиям экологического законодательства, к деятельности природоохранных служб предполагает наиболее интенсивную и в то же время наиболее тонкую работу с населением. Вовлечение людей в непосредственную практическую деятельность по поддержанию здоровья среды формирует у них чувство сопричастности: человеку свойственно беречь то, на что была направлена его созидательная активность, во что был вложен его собственный труд.

Эффективное решение поставленных задач позволит сформировать у граждан стремление к рациональному и экологически безопасному использованию природных ресурсов и обеспечить возможность грамотного природопользования.

Для создания эффективной системы формирования экологической культуры всех категорий населения Тульской области, прежде всего, необходима подготовка квалифицированных специалистов в области эколого-просветительской работы и экологического образования и их методического обеспечения.

Выбор данного приоритета обусловлен следующими обстоятельствами:

- на практике подавляющее большинство программ по формированию экологической культуры в Тульской области осуществляются лицами, не имеющими соответствующей профессиональной и методической подготовки;

- мировой и отечественный опыт однозначно свидетельствует о том, что профессиональная деятельность специалистов в области формирования экологической культуры обладает соответствующей спецификой, которая не тождественна традиционной деятельности ни школьных учителей, ни научных сотрудников заповедников и других работников, которые чаще всего занимаются реализацией программ по формированию экологической культуры населения;

- позитивные изменения уровня экологической культуры населения наиболее ярко проявляются в тех регионах, где соответствующая деятельность осуществляется специалистами, прошедшими необходимую подготовку;

- подготовленные специалисты становятся «проводниками» современных методов формирования экологической культуры в своих регионах, обеспечивая повышение общего уровня эффективности данной деятельности в национальном масштабе.

Для подготовки таких специалистов в российских регионах разработаны программы дополнительного профессионального образования «Основы формирования экологической культуры

населения». Для эффективного формирования экологической культуры в Тульской области необходим анализ организационного и интеллектуального потенциала всех соответствующих региональных институтов (школ, вузов, заповедников, зоопарков, ботанических садов, музеев, общественных экологических организаций, научных учреждений и т.п.), а также выделение приоритетных направлений деятельности для каждого из них.

Очевидно, что внедрение современной системы формирования экологической культуры туляков предполагает активное включение различных групп населения в сферу экологического образования как через его дошкольные, школьные, вузовские и последипломные формы, так и через эколого-просветительскую работу гражданских объединений, а также формирование экологической культуры средствами искусства (художественные и фото выставки, кинофильмы, литературные произведения и т.п.).

За последние годы выросло число общественных экологических объединений и организаций, в том числе в муниципальных образованиях и среди молодежи, тема экологии становится все более популярной. Хочется отметить наиболее активные организации нашего региона: молодежную организацию «ЭКА», «Зеленый патруль», «Экологическая защита», Тульский Центр экологической политики и культуры.

С момента создания в 2012 г. успешно работает Общественный совет министерства природных ресурсов и экологии Тульской области. В его состав входят ученые и представители бизнес-сообщества, эксперты и законодатели, руководители общественных организаций, организаций образования. Большинство экологических проектов региона проводятся при непосредственном участии и поддержке его членов. Участие в его работе открытое. Каждый неравнодушный житель нашего региона может выступить с инициативным предложением.

В регионе стартовали и работают целый ряд пилотных проектов. С 2008 г. регулярно выходит межрегиональная общественно-экологическая газеты «Экология и культура». Среди ее авторов – ведущие российские и зарубежные ученые и эксперты в сфере устойчивого развития, представители законодательной и исполнительной власти, бизнес-сообщества, известные общественные деятели, представители учреждений культуры и образования.

Следующий важный проект – проведение ежегодного Международного экологического Яснополянского Форума «Устойчивое развитие. Рациональное природопользование. Технологии здоровья», который пользуется заслуженным авторитетом не только в России, но и среди ряда наших зарубежных партнеров и коллег. За десять лет в его работе приняли участие более пяти тысяч человек. Экологи из России, США, Германии, Швейцарии, Италии, Белоруссии, Молдовы, Украины,

Польши, Болгарии, Вьетнама и других стран с удовольствием делятся опытом, приобретают новых партнеров и заключают соглашения о дальнейшем сотрудничестве, знакомятся с Тульской областью, наследием Л.Н. Толстого в Ясной Поляне, достопримечательностями и брендами гостеприимного Тульского края.

24-25 марта 2016 г. в Туле состоялся X юбилейный Международный экологический Яснополянский Форум «Устойчивое развитие. Рациональное природопользование. Технологии здоровья». В рамках Форума прошла работа восьми «Круглых столов»:

- Законодательство в сфере природопользования.
- Здоровье нации – основа процветания России. Экология и здоровье.
- Современные подходы к совершенствованию системы управления в сфере обращения с ТКО.
- Корпоративная ответственность бизнеса в экологии.
- Молодежь и экология.
- Вода. Потребности и возможности.
- Экология, культура и туризм в контексте устойчивого развития.
- Продовольственная безопасность России в контексте стратегии устойчивого развития.

Форум прошел при патронате правительства Тульской области, поддержке Тульской Торгово-промышленной палаты, Общественной палаты Тульской области, ТРО ВПП «Единая Россия». В работе Форума приняли участие представители профильных государственных институтов законодательной и исполнительной власти России и регионов, Общественной палаты России, Торгово-промышленной палаты РФ, гражданские объединения Тульской области и РФ, иностранные и российские эксперты-экологи, представители бизнеса науки и другие.

В рамках Форума прошла выставка «Экология и здоровье». Выставка предоставила участникам широкие возможности для деловых контактов потребителей и производителей.

Итоги X юбилейного Международного экологического Яснополянского Форума «Устойчивое развитие. Рациональное природопользование. Технологии здоровья» стали заделом по участию тульского региона в самом значимом российском Экологическом Форуме-выставке в апреле 2016 г. под руководством Правительства РФ.

В 2013 г. были созданы первые общественные экологические приемные по работе в муниципальных образованиях. Первая приемная была открыта 16 апреля 2013 г. в г. Ефремове, а ко Дню Эколога, 5 июня 2013 г. в г. Туле. Сегодня обсуждается вопрос по открытию новых приемных в ряде других муниципальных образований Тульской области.

Актуальный проект разработан и стартовал в 2015 г. по отдельному сбору вторичных ресурсов. При координации и поддержке регионального министерства, профильных государственных учреждений исполнительной и законодательной власти, бизнес-сообщества, общественной организации «Тульский центр экологической политики и культуры» во второй половине года установлено пять новых специализированных контейнерных площадок для отдельного сбора наиболее ликвидных фракций отходов – пластика, бумаги и стекла.

Различными гражданскими объединениями успешно реализуется целый ряд экологических акций и проектов: «Рекам и озерам – чистые берега», «Сдай макулатуру – спаси дерево», «Лес Победы», «Птицы в городе», «Эколята-дошколята», благотворительная установка локальных систем очистки воды в социально значимых учреждениях – школах, больницах, детских садах, интернатах.

Проводится большая работа, приуроченная к экологическим датам – Дню воды, Дню Земли, Дню эколога и другим.

Празднование этих дат сопровождается проведением открытых школьных уроков, мероприятий внешкольного образования. В День эколога в 2015 г. стартовал Первый Всероссийский экологический детский фестиваль «Экодетство». Особенно активно он прошел в городах Туле и Новомосковске. В мероприятиях фестиваля приняли участие более 3 тыс. человек. В планах организаторов природоохранных социально-образовательных проектов на 2016 г. – эстафета для детей в субъектах Российской Федерации, фестиваль экологического и природоохранного туризма, другие мероприятия. Продолжится акция объявления регионов, городов и образовательных организаций территориями «Эколят – молодых защитников природы».

УДК 339.138

И.Г. Гоношилина (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ КАК СУБЪЕКТ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА РЕГИОНА

Привлечение внимания к проблемам экологии и стимулирование экологической активности – это задача не только экологических организаций, но и органов власти, политических партий, коммерческих структур, промышленных предприятий и отдельного человека в частности. Усилия одной из групп общественности бесполезны.

Проявление какой-либо экологической активности – это процесс, который складывается на уровне гражданского общества. Отношение к экологической обстановке во многом строится на декларации ценностей, значимых для индивида, общественной организации.

На основании анализа качественной и количественной информации, полученной автором в результате эмпирического исследования, была изучена деятельность экологических организаций, отношение к ней перечисленных групп общественности и включенность этих групп в решение экологических проблем Ульяновской области⁴.

Обеспокоенность экологической ситуацией региона отражена на рисунке 1.

**Обеспокоенность экологической ситуацией
региона (%)**

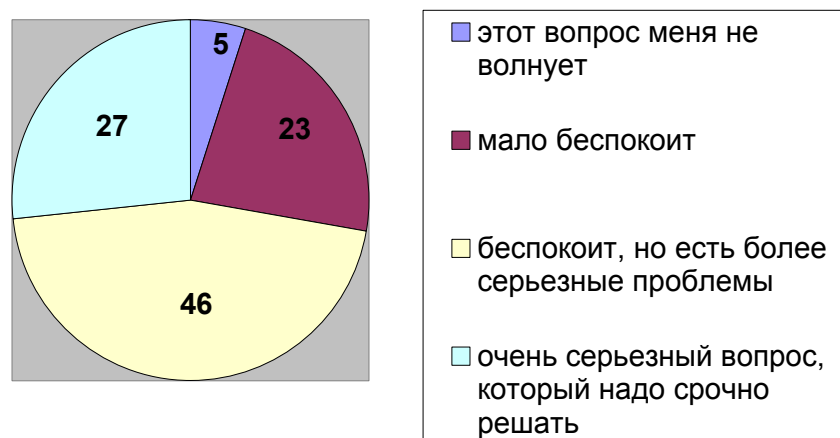


Рис.1.Обеспокоенность экологической ситуацией региона(%)

Как видно из диаграммы, большая часть населения экологические проблемы либо воспринимает как серьезные, либо вообще не интересуется ими. Примечательно, что наибольшая озабоченность наблюдается у людей от 40 до 59 лет, а наименьшая – у пенсионеров.

Исследование выявило отношение респондентов к объединению усилий гражданского общества и органов государственной власти для решения экологических проблем региона (рис.2).

⁴ Опрос был проведен в Ульяновской области в 2015 г. Было опрошено 370 человек.

Мнение о том, кто должен заниматься экологическими проблемами (%)

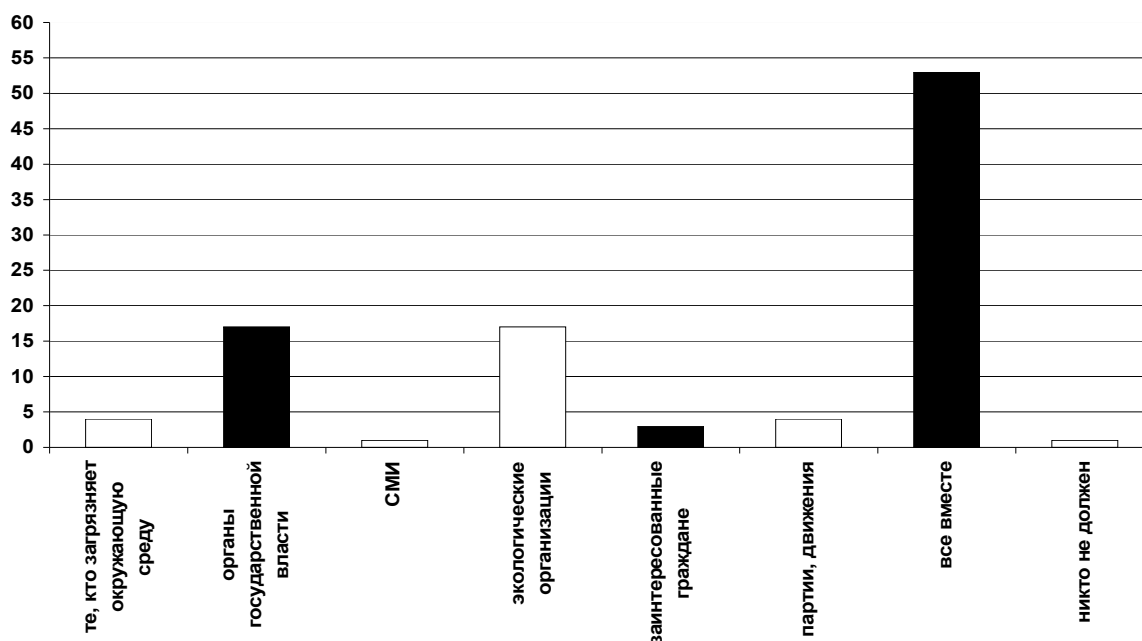


Рис.2 Мнение о том, кто должен заниматься экологическими проблемами(%)

Очевидно, что большинство опрошенных считает, что экологические проблемы можно решить, только объединив усилия всех групп общественности. Также граждане отметили необходимость активизации деятельности органов государственной власти и экологических организаций.

Согласно данным, полученным при проведении фокус-группы, для решения экологических проблем, экологическим организациям, необходимо предпринимать следующие действия:

1. Запретить выбросы в окружающую среду;
2. Информировать население об экологических проблемах и проводимых акциях по охране окружающей среды;
3. Организовать экологическое образование в регионе;
4. Проводить регулярные субботники.

Для осуществления этих действий, по мнению респондентов, нужно получить, прежде всего, поддержку властей, так как «без нее экологические организации – ничто».

Общее мнение всех участников фокус-групп отражено в следующей цитате одного из опрошенных : «...нужно сделать так, чтобы у людей даже не было мысли загрязнять природу, нужно воспитывать население». Оценка экологической ситуации в Ульяновской области отражена на рисунке 3.

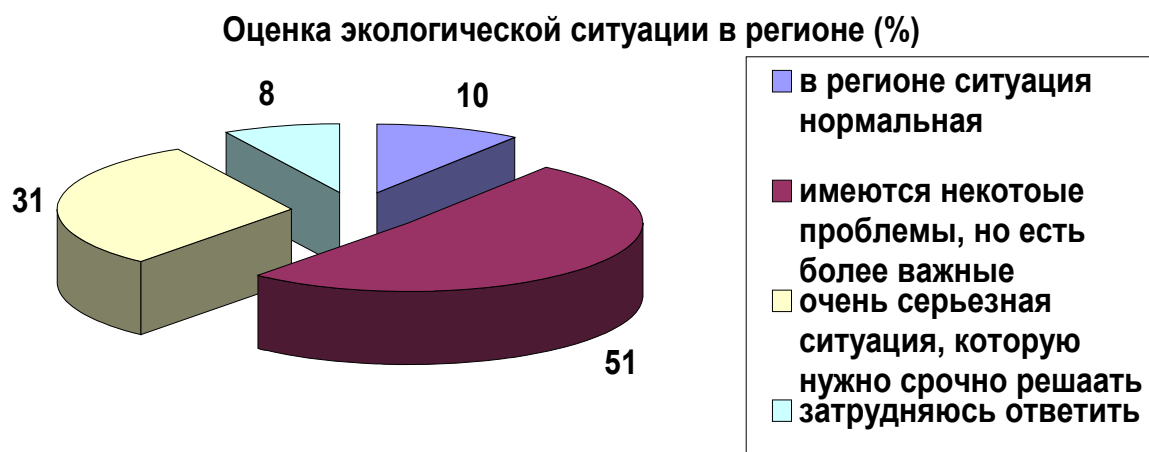


Рис.3 Оценка экологической ситуации в регионе (%)

Индекс оценки экологической ситуации составляет – 0,15, что говорит о непонимании населением масштабов экологических проблем. Непонимание вытекает из-за нерегулярной информированности населения о состоянии окружающей среды региона, незнания многих фактов.

Если говорить о готовности жителей Ульяновской области стать членом какой-либо экологической организации, то 48% опрошенных не высказывают такого желания. К этому не стремятся люди среднего возраста, которые считают: «Это ничего не изменит».

Если говорить об экологических акциях, проводимых в Ульяновской области, то 53% населения знает только об их существовании, 44% не знают ничего и только 3% могут назвать конкретные мероприятия.

Очевидно, что уровень информированности населения о деятельности экологических общественных организаций региона очень низок. Результаты экспертного интервью показывают, что экологическое движение в области, даже если оно и есть, имеет чисто политические цели, общественность в этом движении представлена мало, а если и представлена, то молодежью, а остальные слои населения совсем не охвачены.

Участники фокус-групп называют деятельность экологических организаций «бумажной волокитой»: «Я верю, что люди там работают. Но по-видимому, не выходя из офиса»

По нашему мнению, большую роль в формировании позитивного имиджа экологических общественных организаций могли бы сыграть региональные СМИ, которые всегда оказывали сильное влияние на общественное мнение населения.

Как показал анализ, в СМИ Ульяновской области, в основном, упоминается об экологических акциях и действиях, проводимых правительством региона. Здесь также встречается информация об

экологической обстановке и проблемах региона, но она носит характер достаточно нейтральный, часть важной информации утаивается.

Основным методом установления экологическими организациями контактов с прессой в регионе является, как отмечают эксперты, написание и рассылка пресс-релизов: «Собственно говоря, это далеко не самый эффективный способ – рассылать пресс-релизы. Он хотя бы должен поддерживаться звонками журналистам. Наибольший эффект могло бы оказать проведение пресс-конференций или пресс-туров, но основная проблема заключается в том, что для этого просто не хватает специализированных кадров. Заинтересовать СМИ в экологической проблеме просто некому. Вот и плохо эта тема поэтому освещается».

Из таблицы 1 видно, что основным источником получения информации по экологическим проблемам Ульяновской области является телевидение.

Таблица 1. Источники получения информации (%)

телевидение	75
радио	23
печатные СМИ	49
Интернет	28
слухи	23
листовки	2
встречи с представителями экологических организаций	2
все вышеперечисленное	1

Большинство респондентов не удовлетворено количеством и качеством получаемой информации в СМИ (77%). Особая неудовлетворенность наблюдается среди школьников: 85% респондентов нуждаются в большем количестве информации.

Желаемым каналом получения информации для молодежи является Интернет. Среди его достоинств они отмечают удобство получения информации и эффективность воздействия на аудиторию: «Было бы очень удобно, если бы в Интернет существовал какой-нибудь специальный сайт, на котором была бы представлена полная информация по экологическим проблемам Ульяновской области и все последние новости, связанные с этой тематикой».

Участники фокус-групп также отмечают, что сегодня слухи перекрывают практически все каналы коммуникации: «Слухи, конечно, достаточно эффективный способ подачи информации, но велик шанс «сломанного телефона», пока информация дойдет до тебя, она дополнится такими фактами, которых и быть не могло, а важная информация просто потеряется по дороге». Именно слухи как основной канал передачи информации отмечают пенсионеры.

Итак, можно сделать вывод, что экологические организации очень слабо используют коммуникативные и PR-технологии. Необходимо привлекать внимание к экологическим проблемам различных групп общественности и налаживать контакты с властью и крупными предприятиями. Только совместными усилиями можно достичь видимых результатов по улучшению экологической обстановки в регионе. В настоящее время особенностью формирования общественного мнения по проблемам экологии является ориентация большинства СМИ на сенсационно-недоброжелательную подачу информации. Фундаментальное значение в формировании экологического сознания имеет оперативное распространение информации. Большая роль в этом процессе отводится гласности и доступности широким слоям населения экологической информации.

Список литературы

1. Гоношилина, И.Г. Роль гражданского общества в решении экологических проблем региона / И.Г. Гоношилина // Гражданское общество в России: состояние, тенденции, перспективы. Ульяновск: УлГТУ, 2012.

2. Гоношилина, И.Г. Экологическое движение Ульяновской области : динамика, тенденции, перспективы /И.Г. Гоношилина // Проблемы развития общества: экология, экономика, управление. – Ульяновск : УлГТУ, 2000.

3. Иванец, Г.И. Глобализация, государство, право / Г.И. Иванец // Государство и право. – М. – 2003.

4. Степанов, Е.А. Социальная реклама: генезис, жанры, эволюция / Е.А. Степанов. – М.: Вест-консалтинг, 2006.

УДК 339.138

**Т.Н. Иванова, М.Н. Иванов (Тольятти, Тольяттинский
государственный университет)**

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА КАК УРОВНЕВОЕ ПОНЯТИЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Сложная экологическая ситуация, постоянно осложняющая в современном мире, поставила вопрос о необходимости формирования экологической культуры. Однако разработка теоретико-методологических основ в данной области существенно затрудняется, так как все внимание уделяется в первую очередь решению практических проблем. Но вскоре научное сообщество приходит к выводу о том, что для грамотного и рационального решения экологических проблем нужно разработать актуальную теоретическую базу, которая будет отвечать запросам современного общества.

На протяжении всего времени культура и экология тесно связаны между собой. В статье Е.Ю. Захаровой приводится следующая типология культур по отношению к природе.[1].

Таким образом, мы видим, что в культуре присутствует экологический аспект. Человеческая культура развивает и взаимодействует вместе с природой, что в конечном итоге приводит к разумному поведению человечества по отношению ко второй.

Само понятие экологической культуры появилось во второй половине двадцатого века. На данный момент существует множество различных интерпретаций данного термина. Приведем некоторые из них. С.Н. Глазачев вводит следующее понятие. «Экологическая культура – совокупность духовных ценностей, принципов правовых норм и потребностей, обеспечивающих оптимизацию взаимоотношений общества и природы» [2]. А.Н. Кочергин определяет экологическую культуру как «определенную программу, на основании которой субъект строит свой исторически конкретный процесс взаимодействия с природой, раскрывает содержание регулятивно-деятельностно-поведенческого компонента» [3]. Часто понятие экологической культуры связывают с категорией «повседневность». Такие ученые как В. Майстренко, Н. Курамелина, С. Павлова дают следующее определение. «Экологическая культура – это усвоение основ современной экологии, природопользования и отношения к природе, которыми необходимо постоянно руководствоваться в повседневной жизни – на работе, в быту, во взаимоотношениях с людьми»[4]. В.А. Кобылянский в своей концепции взаимодействия природы и общества в определении экологической культуры делает акцент на том, что «она позволяет выявить качественные различия природы и общества, область их взаимопроникновения, разграничить экоориентированный и экологический подходы к исследованию систем» [5]. А.М. Испандиярова дает следующее определение. Экологическая культура – «часть общей культуры, совокупность гармонично развитых интеллектуальной, деятельностной, эмоционально-чувственной сфер, обеспечивающих экологически обоснованное взаимодействие человека с окружающим миром» [6]. Один из современных ученых, Г.А. Пирсаидова объясняет экологическую культуру как «сложное интегративное образование, в центре которого находятся экологическое мировоззрение, практическая деятельность и поведение, способствующие устойчивому, взаимосвязанному развитию человека, общества и природы» [7].

«Экологическая культура – это способность вести экологически целесообразную деятельность, ответственную по отношению к окружающей среде, воспитание ответственного отношения к природе; отражение целостного восприятия мира, синтез многообразных видов деятельности человека, основанный на уникальности свойств биосферы, доминирующего положения в ней человека; органическая,

неотъемлемая часть культуры, которая охватывает те стороны мышления и деятельности человека, которые соотносятся с природной средой; этап развития общечеловеческой культуры, которая характеризуется общим осознанием важности экологических проблем в жизни человека» [7,8]. В рамках информационного подхода заложена идея о том, что формирование экологической культуры – один из множества процессов глобализации. Одни из наиболее ярких представителей данного подхода, ученые Месарович и Пестель разработали концепцию органического роста. Ее суть заключается в том, что если рост мировой экономики будет сбалансированным и рациональным, то человечеству не придется отказаться от нее для преодоления экологических трудностей.

Интересна по своему содержанию теория экологической модернизации, в которой рассмотрены пути выхода из экологического кризиса. Один из представителей данной концепции, И.П. Кулясов дает следующее определение экологической модернизации. «Это изменения в соответствии с новейшими, современными экологическими требованиями и нормами, выполнение которых ведет к устранению проблем между человеком и средой его обитания, обществом и природой.»[8] В рамках данной теории выделены восемь основных направлений. Одним из важнейших экологических вопросов в современном мире является формирование экологической культуры. Ее эффективность измеряется не только приобретенными знаниями, но и активным экологическим поведением.

О.Н. Яницкий выделял следующие формы экологической культуры: консервационизм, экологизм, утилитаризм и «глубокая экология» [9]. Основная идея консервационизма заключается в сохранении тех природных ландшафтов, которые считаются природными памятниками. Здесь делается акцент на культурных и эстетических сторонах экологической безопасности. Экологизм пропагандирует соединение охраны окружающей среды и целей эффективного хозяйствования. Суть утилитаризма в признании национальных парков и различных природных памятников бесполезными и замене их на полезные сельскохозяйственные предприятия. Глубокая экологизация напротив выступает за равные права между природой и человеком. Следовательно, необходимо создание экологического поведения, учитывающего особенности природных объектов. Данные формы экологической культуры актуальны на сегодняшний день и часто используются в основе идеологий тех или иных политических партий.

Основные трудности в формировании экологической культуры связаны с противоречиями между экополитикой и условиями ее осуществления. В России на официальном уровне идея необходимости формирования экологической культуры находит поддержку среди Государственной Думы, Совета Федерации, Общественной Палаты и в

структурах гражданского общества. Концепция национальной безопасности Российской Федерации определила воспитание экологической культуры населения в качестве приоритетного направления деятельности государства в экологической сфере. В.В. Мисенжников утверждает, что «эта область деятельности не стала частью государственной политики. Федеральный закон «Об охране окружающей природной среды» полтора десятилетия назад отнес формирование экологической культуры населения к полномочиям органов государственной власти. Однако ни на федеральном, ни на региональном уровнях не определены те органы, которые призваны этим заниматься. Сегодня полномочиями по формированию экологической культуры населения не наделены ни министерство образования, ни министерство природных ресурсов, ни министерство культуры» [10]. В последнее время проблема экологической культуры обсуждается на российских форумах. Так в 2008 году состоялись парламентские слушания в Государственной Думе и Совете Федерации, по инициативе Правительства РФ прошла Всероссийская конференция «Новые приоритеты национальной экологической политики в реальном секторе экономики». Однако на данном этапе существуют лишь рекомендации, а их осуществление застряло в планах. Для того чтобы запустить процесс, В. В. Мисенжников выделяет меры, которые необходимо выполнить в первую очередь. К ним относятся «разработка и принятие стратегии формирования экологической культуры; разработка концептуальной модели формирования экологической культуры; наделение Министерства образования и науки, Министерства природных ресурсов и Министерства культуры конкретными полномочиями в сфере формирования экологической культуры населения; создание межрегионального ресурсного информационно-методического центра, обладающего банком экологической информации, диагностических методик измерения уровня экологической культуры» [11].

Важно понимать, что речь идет о сложном процессе, требующем серьезной проработки.

Традиционным каналом трансляции культурных ценностей принято считать образование людей. Для формирования экологической культуры необходимо использовать все формы образования. К ним относятся формальное (дошкольное, начальное общее, основное, полное среднее, дополнительное, профессиональное), неформальное (деятельность различных экологических организаций, направленных на просвещение населения). Однако некоторые признанные в данной области авторитеты в процессе слушаний в Общественной Палате высказали свои сомнения по поводу эффективности общеобразовательной школы. По мнению такого ученого как В.В. Мисенжников, такое очевидное заблуждение появилось в результате отсутствия продуманной

государственной политики, направленной на создание системы непрерывного экологического образования [12]. Важно отметить, что предусмотренные Федеральным законом разработка и внедрение этой системы так и не появились в российских школах. Еще одним важным заблуждением является отождествление экологического образования с преподаванием предмета «экология». В.В. Мисенжников говорит о том, что «знания – необходимы, но лишь один из многочисленных факторов, определяющих мировоззрение» [13]. Действительно, большинство людей, которые получили хорошее образование, занимаются загрязнением окружающей среды и имеют неуважительное отношение к природе. Следовательно, экологическую культуру нельзя сформировать на уровне предметного знания. Обязательными компонентами экологического образования являются опыт деятельности и ценностное отношение. На вопрос о том, что же подразумевается под опытом деятельности, дает ответ Е.В. Колесова. «Как известно, одной и важнейших задач экологического образования было «научить огромное количество людей согласованным действиям, направленным на улучшение окружающей среды» и следствием этого должно было стать уменьшение антропогенной нагрузки на биосферу» [14]. Деятельность человека часто сводится к участию в субботниках по уборке территории, экономии и воды. Однако она не содержит в себе серьезных действий, направленных на реализацию устойчивой экологической культуры. Другим фактором, как уже говорилось ранее, является ценностное отношение, которое представляет одну из важных категорий развития общества. Большинство людей рассматривает природу, как абстрактную ценность, и не прикладывает серьезных усилий для ее сбережения.

Важно отметить, что экологическая культура должна проявляться в поведении всех людей, а не у отдельных личностей. Ю.А. Агешин говорит о том, что «экологическая культура, как и всякая культура это не только комплекс знаний, это еще совокупность навыков, постепенно преобразующихся в устойчивую привычку. Обязательно надо, чтобы получаемые знания подкреплять практическими делами» [15].

На формирование экологической культуры влияет зависимость экологического мышления от социальной ситуации. Неблагоприятные тенденции, ведущие к социальной напряженности в обществе, постоянно увеличиваются. Людям некогда думать об экологии, т.к. им в первую очередь приходится решать проблемы нормального существования, а вопросы об экологии стоят на последнем месте. Ю.Агешин говорит о том, что лечить по отдельности все проблемы, существующие в нашем обществе, бесполезно и предлагает следующий выход [16]. Основную причину таких неудач он видит в духовно-нравственном состоянии общества, к лечению которого необходимо подходить системно, целостно. В качестве основного «лекарства» должна выступить культура [17]. Современный этап человеческой

цивилизации открывает перед культурой безграничные возможности. Культура, которая на сегодняшний день вооружена новейшими достижениями научно-технического прогресса, осознала потребности общественной жизни. Эти потребности связаны с необходимостью усиления духовно-нравственного воздействия на все слои населения. Благодаря этому она стоит на пороге невиданного рывка в освоении качественно нового инструментария воздействия на людей, приведения разрозненных, стихийных масс к единому пониманию неотвратимой неотложности находить пути к духовному согласию, социальному равновесию, взаимовыгодному сотрудничеству, творческому взаимодействию в разрешении всех глобальных и региональных проблем, стоящих перед человечеством. Поворот к культуре должен, прежде всего, произойти в политике. Ю.Агешин предлагает создание специального государственного научно-исследовательского центра - Исследовательский центр духовной культуры, который будет заниматься социально-культурным инжинирингом, оценивать и вырабатывать новые формы, новый инструментарий духовного преобразования людей [18].

Ж.Т. Тощенко предлагает следующие пути формирования экологической культуры [19]. В первую очередь градостроителям необходимо освоить один из принципов современной экологии, который пропагандирует создание и поддержание устойчивого, продуктивного мозаичного ландшафта, который подразумевает чередование преобразованных и естественных участков. Вторым, но не менее важным условием полноценной экологической культуры является создание различных заповедников, заказников, которые позволяют сохранить растительный и животный мир нетронутыми, помогают защитить редкие, вымирающие виды. Кроме того, их создание и поддержание должно быть согласовано в развитии с хозяйственным освоением территорий, а также в гармонизации с модернизацией производства. Третьим и обязательным условием выступает проведение природовосстановительных и природобогащающих работ, таких как озеленение, создание водоемов, садоводство и т. д. Необходимо уделить внимание развитию экологического контроля, хотя некоторые меры уже предприняты. Так, например, в некоторых городах создаются системы контроля за состоянием водного и воздушного бассейнов, утилизацией отходов, разумным использованием человеком окружающей среды. Нормы концентрации вредных веществ в воздухе и воде также являются одной из мер социального контроля.

Н.А. Михеева рассматривает процесс экосоциализации и ее осуществление путем развития в Российской Федерации экологического туризма. Экотуризм предполагает посещение различных заповедников, национальных парков и т.п. На территории России на данный момент существует 101 заповедник, 35 национальных парков, 68 федеральных заказников [20]. В рамках данного подхода экологическая социализация

подразумевает усвоение экологических ценностей во время посещения экотуров. Процесс экосоциализации может осуществляться в двух направлениях: как для учащихся в рамках образовательных программ, так и для любых групп населения. Однако стоит отметить, что уже существующий экологический туризм не направлен на экологическую социализацию. Его основная цель – получение прибыли. Н.А. Михеева предлагает следующие варианты социализации в экотуризме:

1. Развитие системы экологического образования, просвещения и воспитания.

2. Создание новых рабочих мест в ООПТ, связанных с организацией фольклорных мероприятий, изготовлением сувениров, работой в качестве местных гидов.

3. Рекреация и реабилитация в процессе общения с природой. Это лечение с помощью природных факторов: чистого воздуха, природных ландшафтов, экологически чистых продуктов и среды обитания.

4. Поддержка экологические движений, которые существуют во многих регионах страны. Представители этих движений влияют на формирование экологических знаний у населения» [21].

Все перечисленные аспекты могут помочь повысить уровень экологического сознания населения в нашей стране.

Таким образом, можно сделать следующие выводы. Существует огромное множество понятий экологической культуры, но все они имеют схожее значение, указывающее на непосредственное взаимодействие экологии и культуры человека. В настоящее время, осознав неизбежность надвигающегося экологического кризиса, общество пришло к пониманию важности формирования экологической культуры, как в теоретическом, так и в практическом плане. Ученые выделяют следующие подходы к изучению экологической культуры: системный, уровневый, деятельностный, информационный.

Важным моментом является формирование экологической культуры у населения путем укрепления законодательной базы, через образовательные структуры, при помощи бизнеса. Нестандартным является подход к созданию полноценного экологического туризма. Экологическая культура тесно связана с экологическим волонтерством.

Список литературы

1. Захарова, Е. Ю. Концептуализация понятия «экологическая культура» / Е. Ю. Захарова. – Тамбов: Грамота, 2012. – С. 64.

2. Глазачев, С. Н. Сохраним и приумножим ценности экологической культуры мира / С. Н. Глазачев // Эпос-информ. – 1998. – № 6 – С.45.

3. Кочергин, А. Н. Экологическое знание и сознание: особенности формирования / А. Н. Кочергин. – М.: Новое тысячелетие, 1987. – С.89.

4. Захарова, Е. Ю. Концептуализация понятия «экологическая культура» / Е. Ю. Захарова. – Тамбов: Грамота, 2012. – С. 64.

5. Кобылянский, В. А. Философия экологии / В. А. Кобылянский. – М.: Академический проект, 2010. – С. 115.

УДК 316.774

И.А. Манахова (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ИМИДЖ СЕМЬИ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Актуальность проблемы, затронутой в данной статье, заключается в следующем: семья как социальный институт является одним из важнейших элементов гражданского общества. Она выполняет ряд социально значимых функций, которые обуславливают стабильность и нормальную жизнедеятельность общества. При этом семья не только передает, но и создает духовные ценности, такие как супружеская и родительская любовь, уважение и любовь детей к родителям, семейная солидарность. Семейное влияние на становление личности, на качество межличностных взаимоотношений огромно. Это свойство семьи давно общепризнанно, подтверждается религией, искусством, наукой, наконец, самой историей цивилизации. Но лишь при одном условии – если семья сохраняется в качестве социального института, чье призвание состоит исключительно в эффективном выполнении экзистенциальных функций по рождению, содержанию и социализации подрастающих поколений.

В настоящее время все большую актуальность приобретают исследования семейного образа жизни, изображения семьи в СМИ, что обуславливает введение такого понятия, как «имидж семьи».

В целом, имидж института семьи можно определить как образ семьи в массовом сознании, предполагающий совокупность гендерных стереотипов, ценностных ориентаций, оценочных суждений относительно тенденций развития различных форм семейного взаимодействия в конкретных социально-исторических условиях. В качестве составляющих имиджа института семьи выступают семейная идеология, отражающая семейные приоритеты в массовом сознании, стили семейного взаимодействия, поло-ролевые образы мужа и жены, гендерные стереотипы, семейная мифология.

Одним из основных факторов влияния на сознание молодежи являются СМИ –телевизор, газеты и интернет. Через них ведется формирование мировоззрения, влияние на личность на всех этапах. Средства массовой информации остаются в наше время самым влиятельным воспитателем подрастающего поколения. Молодежные телевизионные программы, газеты, журналы, с одной стороны, оказывают позитивное влияние - пропаганда спорта, искусства, помощь в решении проблем нежного возраста. Они помогают объединить разрозненные группы подростков, сплотить их одной (позитивной) идеей.

Выпуски новостей федеральных и региональных каналов, в гораздо меньшей степени влияют на молодежь. В основном подростки выделяют из огромного информационного потока только отдельные моменты: победа любимой команды, происшествие в учебном заведении, события связанные со знакомыми. При этом они также внимательно следят за освещением террористических актов, аварий, войн. От того, как подаются подобные новости, во многом, зависит восприятие этих новостей подростками. В настоящее время в СМИ освещаются, на наш взгляд, прежде всего, отрицательные, а не положительные качества членов семьи. Такой подход способен формировать у населения, в особенности у подрастающего поколения, восприятия этого имиджа семьи как нормы.

Представления о семье, в том числе и традиционные, не являются неизменными, константными, они постоянно меняются, наделяются новыми смыслами. В информационную эпоху образ семьи трансформируется, находясь под интенсивным воздействием возрастающей власти, как традиционных СМИ, так и электронного информационного пространства. Соответственно, крайне актуально исследование современных средств и способов трансляции информации, вызовов и рисков реализации информационной политики по формированию образа семьи в современной России.

Для составления социологического портрета современной российской семьи в средствах массовой информации, определения позитивных и негативных коннотаций при изображении семьи, семейных отношений и ролей, автором был проведен анализ содержания двух российских газет за период с января по апрель 2016г. Для исследования были выбраны издания «Российская газета» и «Комсомольская правда». Данный выбор был обусловлен тем, что по состоянию на май 2016 г., первые два издания занимали лидирующие позиции в рейтинге цитируемости печатных СМИ, составленном кампанией «Медialogия» («Российская газета» - в номинации «общественно-политические издания», «Комсомольская правда» - среди массовых газет).

Как показал анализ, тему семейных отношений, либо содержащих упоминания о семейно-родственных связях, демографических событиях и межличностных отношениях содержат, в среднем, около 9% публикаций в данных газетах. При этом, значительное число этих статей (около 60%) касаются темы семьи только косвенно (чрезвычайные происшествия, светская и криминальная хроника, анонсы культурных мероприятий, телевизионных программ), но они также были включены в выборку, так как описываемые явления связаны с процессами, происходящими внутри семьи или вне ее.

Приведенные выше данные позволяют сделать вывод, что проблемы семьи и семейной политики занимают далеко не основное место в редакционной политике ведущих изданий. Современная теле-

радиожурналистика отдает предпочтение другим областям жизнедеятельности общества. В то же время, даже размещаемые публикации, затрагивающие семейную проблематику, в значительной мере посвящены событиям светской хроники, новостям шоу-бизнеса, скандалам, преступлениям, а не продвижению позитивных семейных ценностей. Кроме того, необходимо отметить известную тенденциозность значительного количества публикаций нацеленных, главным образом, на экстраординарные события, сенсационность.

Детальный содержательный и количественный анализ наполнения рубрик, в которых встречаются рассматриваемые «семейные» публикации позволил провести их классификацию и выделить несколько основных групп рубрик в зависимости от преобладающей тематики:

1. Светская жизнь, семейно-демографические события (свадьбы, помолвки, беременности, рождения детей, разводы, болезни, борьба за имущество и наследство) известных публичных людей;

2. Чрезвычайные происшествия, скандалы, криминальные ситуации, резонансные события;

3. Жизнь обычных, реальных семей, в т.ч., взаимоотношения родителей и детей, воспитание и обучение детей, жилищные вопросы;

4. Глобальные демографические процессы (рождаемость, смертность, брачность, разводимость.)

Опишем более подробно каждую из групп.

Так называемая «светская хроника» является составляющей частью печатных изданий практически с начала существования прессы как способа донесения информации до большего числа лиц. Интерес к частной жизни известных людей не ослабевает в течение многих веков. Стремление узнать как можно больше подробностей из жизни кумира вызвано желанием приблизиться к нему, понять, почувствовать, какими проблемами, горестями и радостями кумир живет, чем его повседневная жизнь отличается от жизни обывателей. Заметим, что круг лиц, чья жизнь попадает в сферу внимания журналистов, в последнее время существенно расширился за счет новых категорий известных лиц: актеров, певцов, спортсменов, политиков, деятелей науки и искусства, журналистов и представителей других профессий в связи с большей публичностью жизни вообще и невиданными ранее техническими возможностями. Именно этим, вероятно, и можно объяснить, что из всех заметок, затрагивающих тему семейной жизни, самый большой блок посвящен личной жизни "звезд". Из анализа выбранных статей следуют выводы, что в семьях известных, публичных личностей происходят те же самые процессы, что и в семьях обычных людей.

В категории статей, посвященных чрезвычайным происшествиям, скандалам, резонансным событиям и громким делам, семейных статус героев просто фиксируется («моряк попал в шторм на море, а дома его ждут жена и 12-летний сын»), либо члены семьи становятся жертвами

или участниками описываемого происшествия. Не всегда, но из самого текста газетной публикации можно понять, какие отношения сложились в этой семье, какая царит атмосфера, довольны ли люди своей семейной жизнью, сколько в ней детей, какой брак (официально зарегистрированный и просто совместное проживание), присутствуют ли в их жизни отношения с прародителями, братьями-сестрами и другими родственниками. Так же не всегда, но в большинстве случаев, по тексту и тону статьи можно определить отношение журналистов к описываемой ситуации и семье (одобрение, сочувствие, восхищение или же недоумение, осуждение).

Среди тем, относящихся к жизни обычных российских семей, можно отнести следующие: семейно-демографические события в жизни семьи (свадьбы, рождения, разводы, помолвки, ситуации знакомства и т.п.); истории из реальной жизни (добрые дела, имущественные и денежные вопросы, консультации юриста по семейному и гражданскому праву, семейная история, память); родители и дети (воспитание, обучение, здоровье, Интернет, СМИ и социальные сети); культура (искусство, творчество, информация), острые темы для обсуждения.

В группу рубрик связанных с глобальными демографическими процессами отнесены публикации о семейно-демографической политике, о социологических исследованиях по данной теме. Среди них, статьи, освещающие демографическое положение в той или иной стране и мире, социально-экономическую ситуацию в государстве с демографических позиций; прогнозы изменения численности населения, материалы о продолжительности жизни, о рождаемости, смертности, браках и разводах в разных странах; о пенсионной реформе и последствиях ее принятия для граждан и др.

Несмотря на широту тем и рубрик, которые, так или иначе, описывают семью и семейно-брачные отношения, список событий, происходящих внутри семьи крайне невелик. Из всех многообразных моментов жизненного цикла семьи в условиях современной семьи сохранились и в той или иной мере освещаются в прессе не более десятка, а именно: свадьба, рождение ребенка, развод, болезнь или смерть члена семьи, раздел имущества (наследства), воспитание и образование детей (ребенка).

Большое количество семейных событий или не упоминается совсем, или упоминается в единичных случаях (1-2 раза), среди них оказались «сватовство», «венчание», «предохранение», «бесплодие» и некоторые другие.

Нечто подобное наблюдается и в отношении упомянутых и используемых в жизни семейных ролей. Среди всех 456 статей «муж» и «жена» фиксируются как члены семьи в 31,5% статей, «сын» в 24%, дочь в 17%, «родители» (без конкретного указания роли) – в 17%,

«дети» (без указания пола ребенка, дочь или сын) - в 38%. Резкое снижение фиксации ролей «бабушки» и «дедушки» - в 4,5% и 2,5%, соответственно, и «внука» – «внучки», 2,5% и 1,7% - соответственно, как раз свидетельствует о более частом раздельном проживании, чем совместном.

Таблица 1. События и ситуации жизненного цикла семьи

События семейной жизни	Комсомольская правда		Российская газета	
	Число	% от статей о семье	Число	% от статей о семье
Воспитание ребенка	24	10,6%	24	18,9%
Рождение ребенка	13	5,8%	3	2,4%
Свадьба	11	4,9%	1	0,8%
Развод	15	6,6%	2	1,6%
Беременность и Роды	10	4,4%	6	4,7%
Образование ребенка	10	4,4%	5	3,9%
Смерть	19	8,4%	12	9,5%
Болезнь	10	4,4%	3	2,4%
Ссоры (скандалы, драки)	7	3,1%	10	7,9%
Постразводные отношения	9	4,0%	4	3,1%
Наследство	8	3,5%	2	1,6%
Сиротство	2	0,9%	15	11,8%
Второй брак	7	3,1%	3	2,4%
Многодетные семьи	4	1,8%	4	3,1%
Предбрачный период (ухаживание)	5	2,2%	1	0,8%
Уход супруга	2	0,9%	0	-
Мать-одиночка	3	1,3%	1	0,8%
Помолвка	3	1,3%	0	-
Алименты	3	1,3%	3	2,4%
Похороны	3	1,3%	0	-

При совместном проживании функции присмотра, воспитания и социализации детей были бы переданы бабушкам-дедушкам и статьи несли бы другую информацию. В данном массиве зачастую как раз фиксируются именно встречи старших и младших поколений («Орбакайте привезла дочку в Россию, чтобы бабушка смогла увидеть внучку», «внуки приезжают на каникулы»).

Подобное сокращение семейных ролей и семейно-демографических событий в прессе (как и культуре в целом) связано, прежде всего, с изменением структуры традиционной расширенной семьи, а именно ее редукции до нуклеарной малодетной семьи с одним-двумя детьми в жизни. Весьма показательны, что ролям первой степени свойства (родство по браку, а не крови): тесть/теща, свекор/свекровь, зять/невестка уделяется несопоставимо мало внимания по сравнению, например, с тем, как они представлены в фольклоре.

Автором был также проведен анализ удельного веса информации, касающейся проблем семьи, на российском телевидении и радио. В этих целях автор работы воспользовался качественными исследованиями. Были проанализированы телевизионные и радиосюжеты, учитывая качество упоминания, влияние источника, заметность сообщения, яркость и тональность.

Выяснилось, что институт семьи в российских медиа, в частности на телевидении и радио, систематически игнорируется. Семья не входит в «повестку дня» современных аудиовизуальных СМИ. Среди всех российских медиа наименьший интерес к проблемам семьи наблюдается у телевидения и радио.

Так, в регионах удельный вес информации, содержащей семейную тематику, составил 1,51%, на федеральном уровне — 1,14% от общего объема всего контента аудиовизуальных СМИ.

Из этих данных можно сделать вывод, что проблемы семьи представляются не особенно важными и значимыми в процессе формирования контента телевидения и радио. Современная теле-радиожурналистика отдает предпочтение политическим и экономическим новостям, информации о жизни «звезд» шоу-бизнеса, скандалам, а не продвижению позитивных семейных ценностей. Кроме того, необходимо отметить известную тенденциозность значительного количества современных российских СМИ, главным образом нацеленных на экстраординарные события, сенсационность. Все это наносит ущерб объему освещения другой тематики, в частности воспитательной и образовательной. Однако, несмотря на низкий процент семейной тематики, наблюдается явная тенденция повышения интереса СМИ к проблемам семьи.

Кроме того, исследование определило содержательную палитру материалов о семье. Она однообразна; основные ньюсмейкеры — представители власти, чаще всего региональной. Небольшой процент участия принадлежит представителям культуры, общественности, образования. Однако именно эти референтные группы способны оказать наибольшее влияние на молодежную аудиторию. Наблюдается формальный подход к освещению семейной тематики, преимущественно это материалы о льготах, новых мерах в семейной политике, конфликтах на почве раздела детей и имущества. Особенно стоит отметить, что сообщения о многодетных семьях в основном сопровождаются информацией о финансовой несостоятельности семьи, бедности, отсутствии жилья, что оказывает на молодежь негативное воздействие. Обращает на себя внимание низкий удельный вес материалов на темы «семья и образование», «семья и медицина», «семья и религия», «семья и стиль жизни».

При такой низкой активности СМИ продвижение семейных ценностей, формирование моды на многодетность тренда «хорошая семья - успешный человек» в молодежной аудитории невозможно.

В идеале, данные ценности должны трактоваться на основе, прежде всего, российских традиций (в т.ч. традиций многодетной семьи, ответственного родительства, уважительного отношения детей к родителям). Рождение и воспитание детей должны быть признаны как виды деятельности, имеющие не только частное, но и общественное значение. Целесообразно существенно скорректировать подходы к осуществлению функций по социализации молодежи, используя современные возможности информационного общества, в котором существует некая диктатура моды, модных стандартов. Погрузив образ семьи в тренд «объектов моды» можно задавать нормы, санкционировать вкусы, модели поведения, предпочтения. Создавая условия для принятия новых правил и норм, возрастает интерес к образу женщины, мужчины, семьи в условиях радикальных социально-экономических и политических перемен¹. Анализируя печатные СМИ, можно заметить циклические изменения в образах, связанные с циклическими изменениями институтов. Рассматривая социальный контекст образов семьи, матери, отца следует отметить зависимость их содержательной основы от циклических изменений, а также «модного тренда».

В связи с этим для преодоления важнейших демографических проблем представляются актуальными, прежде всего, изменение подходов аудиовизуальных СМИ к освещению семейной жизни и расширение контактов с гражданским обществом.

Думается, что координация усилий различных групп населения и организаций в решении тех или иных вопросов, выработки общей линии и стратегии действий должна осуществляться социальным механизмом. Это, в свою очередь, потребовало создания в органах государственной власти специальных структур, обеспечивающих постоянный диалог этих органов с населением и объединениями граждан.

Демонстрируемые образцы социального поведения воспринимаются и воспроизводятся аудиторией в реальной жизни. Для того чтобы повысить имидж семьи, необходима систематическая информационная политика, направленная на повышение этого имиджа. Очень важно создание положительного информационного поля.

Коррективы в данный аспект информационной политики также стали вноситься, но, тем не менее, система информационной политики в Российской Федерации еще далека от совершенства.

Таким образом, вопрос об активизации семейно-ориентированной информационной политики тесно взаимосвязан с формированием единого информационного пространства в современной России, что немыслимо без развития механизмов государственного регулирования и

общественного саморегулирования в данной сфере. Это обусловлено тем, что образ семьи является сложным феноменом, имеющим несколько уровней: образ идеальный, реальный, проектируемый. Совпадение этих образов является основой целостного образа российской семьи. Проектируемый образ несет основную коммуникативную нагрузку и является инструментом поддержания заложенных в нем смыслов и символов. Логика процесса воздействия на образ и его восприятия опосредована СМИ, и зависит от согласованной семейной и информационной политики.

Этот подход получил отражение в итоговом меморандуме Всероссийского форума «Семейные ценности в современном информационном пространстве» (состоялся 19 – 20 ноября 2013 г.) [1]. В работе форума приняли участие свыше 400 человек – ведущих специалистов в области семейно-демографической политики, информационных технологий из 60 регионов России, а также США, Китая, Греции, Италии, Украины, Белоруссии, Молдавии.

Итоговый меморандум Форума разработан на основе обобщения практик осуществления семейно-ориентированной информационной политики в ряде субъектов Российской Федерации (Белгородская, Нижегородская, Тюменская, Курганская, Новосибирская и Сахалинская области). Данная деятельность проведена специальной рабочей группой Всероссийской программы «Святость материнства» в 2012 – 2013 гг., и содержит комплекс практических рекомендаций по перспективным механизмам продвижения семейных ценностей в информационном пространстве России.

Программа совершенствования информационной политики также предлагается в рамках реализации «Общественного проекта Концепции государственной семейной политики РФ на период до 2025 года»

Список литературы

1. См.: Меморандум Третьего форума Всероссийской программы «Святость материнства» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://sm.cnsr.ru/ru/news/nfrf/Memorandum_Tret_ego_foruma_Vserossijskoj_programmi_«Svyatost_materinstva»?news=yes (дата обращения: 25.11.2013).

ЧАСТЬ 2. ОТВЕТЫ МОЛОДЕЖИ НА ВЫЗОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Раздел 1. Гражданское общество как пространство интеграции социальных групп, объединений и ассоциаций

УДК 339.138

**И.Н. Валитов, И.Г. Гоношилина (Ульяновск, Ульяновский
государственный технический университет)**

ДИАЛОГ НАСЕЛЕНИЯ И ОРГАНОВ ВЛАСТИ В СОВРЕМЕННОМ ГРАЖДАНСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Следует дать полную характеристику такому явлению как посредническая роль PR-коммуникаций во взаимодействии с органами власти и населения. Такой диалог естественным образом подразумевается в том или ином обществе, но его функционирование зачастую носит проблематичный характер.

PR-диалог государства и гражданского общества, являясь одной из разновидностей политического диалога, в тоже время нередко выступает как социальный (в широком смысле) или гражданский (общественный) диалог. В такой диалог вовлечены не только институциональные субъекты, акторы или агенты политики (государство, политические партии, политические лидеры, политтехнологи и т. д.), но и рядовые граждане, общественные объединения и некоммерческие организации «третьего сектора», напрямую не связанные со сферой политики, но играющие все более возрастающую роль в политической жизни общества. На смену конфронтации государства и гражданского общества, недоверия и настороженности по отношению к НКО постепенно приходит и утверждается осознание необходимости сотрудничества и взаимодействия, расширения публичной сферы, институционализации гражданского диалога и вовлечения широких слоев общества в социальный диалог и в публичную политику [1].

В практике политического управления и связей с общественностью данные процессы нередко сопровождалась критикой либеральной модели демократии, где центральным моментом долгое время оставались электоральные процедуры и формирование представительной системы осуществления и функционирования власти, обусловившие отчуждение широких слоев общества от реального участия в политике, снижение активности избирателей, легитимности власти и принимаемых ей решений. Выход был найден в соединении ценностей электоральной демократии с механизмами демократии участия (партиципаторной) и делиберативной (дискуссионной или совещательной) демократии, существенно расширивших и

институционализировавших многочисленные диалоговые процедуры и практики [3].

Как таковые механизмы и технологии связей с общественностью (PR) в сфере политического и государственного управления были дополнены GR-технологиями, где уже общественность (третий сектор) и бизнес (второй сектор) выступали инициаторами взаимодействия, коммуникации и диалога с государством, правительством и властью (первым сектором).

В результате инновационных процессов в области связей с общественностью и политической коммуникации гражданское общество и некоммерческие организации третьего сектора все более и более признаются государствами в качестве равноправных партнеров по диалогу. Формирование органов и институтов власти, их легитимность и легитимация принимаемых ими решений порождает новое, дискурсивное измерение политики, связанное с развитием диалоговых процедур и форм интеракции государственных институтов и институтов гражданского общества, что находит закрепление в соответствующих законах и других нормативно-правовых актах.

Если взять в качестве примера современную Россию, ситуация выглядит несколько иначе. С одной стороны, государственная власть признает необходимость развития и укрепления гражданского общества и расширения общественного диалога. С другой стороны, эти процессы осуществляются под жестким контролем со стороны самой власти и, вследствие этого, формализуются, бюрократизируются, лишаются живого творческого начала. Гражданское общество в России фактически все более оказывается встроенным в единую вертикаль государственной власти. Соответственно этому, горизонтальные, то есть партнерские, диалоговые связи, разрушаются. На смену так и не укоренившегося в политической культуре современной России PR-диалога государства и гражданского общества возвращается характерный для российской социокультурной и политической традиции монолог власти и общества, слегка диалогизированный с помощью современных информационно-коммуникативных технологий [2].

Отсутствие полноценного фактора диалога властных структур и общества, эффективных механизмов обратной власти от гражданского общества к государству и назад, отстраняют власть, делают ее инертной, пассивной, нечувствительной к своевременному реагированию на изменение мнения общества и политических настроений в обществе. Финалом данного тренда может стать очередной социокультурный и политический раскол общества и новая геополитическая катастрофа. Для того чтобы избежать подобного негативного развития политической ситуации в современной России, необходима серьезная реконфигурация взаимодействия государства и

гражданского общества на основе институтов двухстороннего и симметричного диалога между ними.

Действительно, функционирующий, а не симулятивный PR-диалог способен трансформировать любой, даже самый острый социально-политический конфликт, из которого все стороны могут получить какую-то выгоду и удовлетворение.

Таким образом, можно выделить ключевой фактор, определяющий конъюнктуру современного видения ситуации. Этот фактор – политика, которая является по своей сущности наиболее конкурентной сферой деятельности, где доминирует не стремление к совместному действию, компромиссу, диалогу, а к победе любыми средствами. В этом случае конкуренция как таковая приобретает совершенно иной характер, более ожесточенный и бескомпромиссный.

Список литературы

1. Зайцев, А. В. НАУЧНЫЕ ВЕДОМОСТИ// Серия Гуманитарные науки. – 2013. №20 (163). – С. 120 – 123.
2. Зайцев, А. В. PR-диалог и консенсус-ориентированные связи с общественностью// Общество: политика, экономика, право. – 2013, №4.
3. Баранов, А. Н. Парламентские дебаты: традиции и новации // Новое в жизни, науке, технике. Сер. «Наука убеждать – риторика». – № 10. – 1991 – С.64 .

УДК 339.138

А.М. Анисимова, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ЦЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ И ИХ СООТВЕТСТВИЕ ПРИОРИТЕТАМ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Актуальность данной проблемы обусловлена происходящими в России изменениями во всех сферах жизни общества и их влиянием на молодежь. В связи с преобразованиями возникают проблемы с формированием ценностей российской молодежи. Отсутствие устойчивого мировоззрения, образа гражданских ценностей в сознании молодежи ведет к конфликтности ее социального поведения и к напряженным отношениям с социальными институтами.

Целью данной статьи является изучение современного состояния ценностей российской молодежи.

Общество не ставит приоритетом формирование как ценности образа гражданина в сознании молодого поколения. «Гражданин – это свободный человек, ощущающий себя частью народа своей страны, безразличный к тому, что в ней происходит» [1,с.228]. Важнейшим показателем активного гражданства, инициативного поведения и практического соучастия в общественных делах является *гражданская культура*. По мнению Г. Алмонд и С. Верба, она «представляет собой

культуру лояльного социального участия» [2, с.123]. Явление гражданской культуры рассматривается, как особое взаимодействие личности и общества на основе разделяемых гражданских знаний, норм, ценностей. Она оказывает решающее влияние на утверждение социального статуса гражданина [3, с. 44].

Переходный тип российского общества, кризисность и неустойчивость общественного развития меняют способы формирования ценностей российской молодежи, тем самым, обуславливая необходимость их изучения на основе социологических исследований. Этот процесс представляет собой анализ становления и развития социально значимых позиций гражданственности, которая может быть рассмотрена не только как принадлежность к государству, но и как определенный уровень сформированности актуальных установок и ценностей.

Гражданские ценностные установки отражают отношение индивида к Родине; уважение к истории, традициям, культуре своего народа, сформированность чувства долга и ответственности перед реальным сообществом. На основании исследований мы выделили ведущие гражданские ценности: любовь к Родине, уважение исторического и культурного наследия, осуществление социально значимой деятельности, понимание гражданского долга и ответственности.

Материалы социологического исследования среди студенческой молодежи регионов Поволжья показывают, что у студентов доминирует чисто правовое понимание гражданства. Для 52% из них «быть гражданином России» — значит «иметь гражданские права и обязанности»; по мнению 43% опрошенных, быть гражданином - значит «любить свою Родину», быть патриотом; 39% респондентов считают, что настоящий гражданин «должен знать историю страны и гордиться ее достижениями». Около четверти студентов (25%) выбрали вариант «быть гражданином по паспорту».

Мы провели еще одно исследование «Семья как фактор социальной мобильности учащейся молодежи» (2016 г., n=360) среди студентов ульяновских вузов и ссузов. На вопрос: «Какие ценности наиболее важны для Вас?» учащаяся молодежь ответила следующим образом. Самыми важными оказались ответы «крепкая семья» – 62% и «здоровье» – 58%. Далее идут «материальная обеспеченность» – 51%, «профессиональная карьера» – 24% и «свобода и независимость» – 23%. Реже студенты вузов и ссузов отмечали в качестве ценностей «нравственность и честность» – 20% и «общение с друзьями» – 17%. Самыми незначительными по мнению молодежи стали такие ценности как «законность и порядок в обществе» – 7% и «инициативность, предприимчивость» – 2%. Данные результаты не противоречат ценностному сознанию, которое в последние десять лет демонстрирует молодежь России, а именно устойчивую триаду – «Семья, здоровье,

материальная обеспеченность». Такие ценности, как нравственность, свобода, законность не актуальны для большей части молодежи. Обнаруженная иерархия жизненных приоритетов объясняет ответы молодых людей на вопрос: «Считаешь ли ты себя патриотом?». В меньшей степени считает себя патриотами молодежь в возрасте от 22 до 24 лет.

Таблица – Личная гражданственность и патриотизм в оценках молодежи (в процентах от числа опрошенных, n = 360)

	Всего	пол		образование			
		Мужской	Женский	Общее среднее	Начальное профессиональное	Среднее профессиональное	Высшее
Я - патриот	40	44	38	33	34	42	46
Я скорее патриот, чем не патриот	35	28	41	32	34	36	35
Я скорее не патриот	9	12	8	20	9	6	8
Я не патриот	7	6	3	6	6	4	4
Затрудняюсь ответить	9	10	10	9	17	12	7

Сейчас в вузах и колледжах формам воспитания патриотизма уделяется небольшое внимание, и это отрицательно влияет на формирование восприятия самого себя в пространстве социума и региона. Молодые люди после окончания профессиональных учебных заведений находятся в маргинальном состоянии, более подвержены влиянию со стороны Интернета, СМИ, зарубежных течений.

Итак, российская молодежь является нестабильным фундаментом для проявления полноценного гражданства. Те ценности, которые молодые люди выбрали меньше всего, есть показатели сохранения гражданственности. Но, несмотря на это молодые люди понимают важность своего вклада в развитие страны.

Для установления и поддержания гражданственности среди молодежи необходимо осуществлять специальную региональную программу, которая не ограничивается демографической частью – «Роди патриота России», а наполняется понятной для молодежи деятельностью под лозунгом «Ты нужен своему городу и региону». Тогда гражданские ценности не будут абстрактными истинами, а превратятся в приоритеты активной и интересной жизни.

Список литературы

1. Социологическая энциклопедия: в 2 т. – М. : Мысль, 2003. – Т. 1. – 694 с.

2. Алмонд Г., Верба С. Гражданская культура и стабильность демократии // Полис. –1992. –№ 4. – С. 122-134.
3. Салганова, Е. И. Гражданская культура как социальный феномен // Вестник Челябинского гос. ун-та. Сер. Философия. Социология. Культурология. – 2008–. № 32(133). – С. 42-48
4. Дробижева, Л. М. Российская идентичность в массовом сознании // Вестник российской науки. – 2009. – №1 (3). – С. 135-146.

УДК 339.138

Ю.О. Конова, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет) РОЛЬ PR – ТЕХНОЛОГИЙ В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Актуальность проблемы состоит в том, что PR-агентства и СМИ являются важнейшими структурными компонентами гражданского общества. Они организуют информационное обеспечение и формируют имидж политических партий, общественных организаций, структур бизнеса и тем самым увеличивают социальную базу гражданского общества.

Изучая современное гражданское общество, можно представить его в виде трех секторов: первый сектор — государственный: органы государственной власти на всех уровнях, а также все виды государственных организаций; второй сектор — коммерческие организации; третий сектор — некоммерческие организации. Третий сектор является: негосударственным, неправительственным; независимым, так как множественность источников финансирования делает его относительно независимым как от государства, так и от бизнеса, некоммерческим, неприбыльным, сектором добровольной активности (волонтерским, добровольческим), поскольку в нем широко используется добровольный труд волонтеров. Существенную часть этого сектора составляют благотворительные организации. Некоммерческие организации лучшим образом выполняют социальные и общественные функции, чем само государство и структуры, управляемые им, так как самими некоммерческими организациями управляют их члены и только в рамках основной цели конкретной организации [1, с. 30].

Поскольку представление об «общественном благе» неразрывно связано с представлением о гражданском обществе, цель PR для гражданского сектора - сделать интересы гражданского общества, т. е. каждого гражданина, фундаментом общественных отношений. В последнее время в России стало появляться очень много различных некоммерческих организаций, которые стараются обеспечивать жизненно важные функции для общества – социальные, образовательные, культурные. По сути, некоммерческий сектор взял на

себя удовлетворение тех потребностей общества, которые остались неохваченными двумя другими секторами – коммерческой и государственной [3, с. 45].

Осознание роли и значения некоммерческих организаций в обществе выдвигает на первый план необходимость эффективной PR-деятельности. Public Relations – сфера деятельности, которая в настоящее время становится неотъемлемой частью в работе некоммерческих организаций (НКО). Некоммерческим организациям, как и всем остальным, требуется грамотный PR. Необходимо отметить, что именно такого рода компаниям PR нужен даже больше, ведь они работают с общественностью и зачастую финансируются за счет благотворительности. Это значит: чем больше знают о подобной организации, тем эффективнее её деятельность. [4] PR коммерческих организаций предлагает своим клиентам товары и услуги, а иногда в качестве своеобразного бренда может продвигаться и сама фирма; некоммерческие организации посредством PR технологий предлагают обществу социально значимые идеи. Создание положительного образа, формирование общественного мнения, процесс информирования и привлечение внимания СМИ и общественности – это направления работы PR-специалиста [2, с. 17].

Рассмотрим результаты исследований роли PR в регионе. Одно опрос «Отношение старшеклассников к PR и Рекламе как к профессиональной сфере (2016г), проведено среди школьников 10 – 11 классов, выборка случайная, гнездовая, n = 400. Второе исследование на тему «Особенности коммуникаций некоммерческих организаций Ульяновской области» (2015 г.), проведено среди руководителей НКО; выборка целевая, n =120 человек.

Из всех опрошенных школьников пятая часть (19%) отметила, что PR - это, в первую очередь, средство продвижения себя или организации; более трети (36%) считают, что PR это каналы коммуникации, информирования; профессиональной сферой PR считает пятая часть (19%), (22%) респондентов дали ответ, что PR–это современная сфера развития общества, и лишь 11(3%) школьников считают PR чем-то иным.

Деятельность некоммерческих организаций в регионе осложняется низким показателем их общественной поддержки. Исследования социологов показывают, что большинство граждан плохо знакомы с деятельностью некоммерческих организаций, не до конца понимают суть и смысл их деятельности. Опыт взаимодействия с общественными организациями в разных формах личного участия отсутствует у подавляющего большинства.

В последние годы третий сектор стал активнее использовать Интернет - коммуникации. Более трети НКО (38%) отмечают в качестве приоритетного источника информирования об их деятельности Web-

сайт. Этот источник коммуникации отличается невысокими материальными затратами, что подходит для некоммерческих организаций. Некоммерческим организациям необходимо создавать группу в виртуальной социальной сети с целью размещения рекламы, в том числе и на иных ресурсах для привлечения желающих вступить в неё. В таких группах возможно работать коллективно и обсуждать разные вопросы, связанные с работой организации.

Эффективными способами расширения социальной базы гражданского общества и НКО лидеры мнений отмечают вовлечение в волонтерство (77%), социальные сети (71%), PR-акции (71%) (рисунок). С финансовой точки зрения достигнуть стабильной работы помогает участие в грантах (69%).

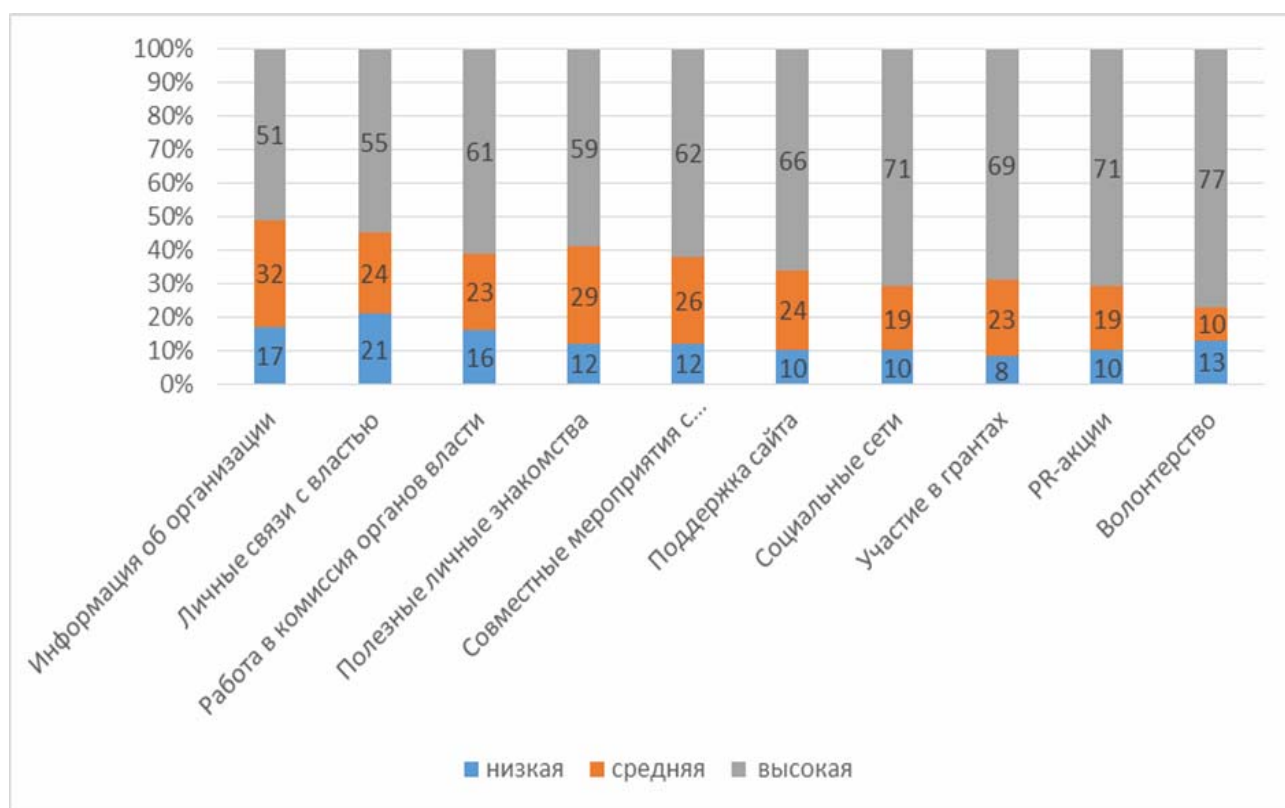


Рисунок – Оценка экспертами способов расширения социальной базы гражданского общества (в процентах от числа опрошенных, n=60)

Большинство некоммерческих организаций Ульяновской области (87%) стремится к узнаваемости населением своего бренда, используя средства коммуникации. Наиболее приоритетными средствами коммуникации являются: организация специальных мероприятий, распространение информации среди знакомых, публикации в печатных СМИ, создание собственного сайта. Радио и телевизионная реклама, биллборды остались невостребованными каналами из-за своей высокой стоимости. Что касается выбора каналов коммуникации разными организационными или правовыми формами НКО, можно отметить

следующие зависимости: общественные организации чаще предпочитают для привлечения широкой общественности печатные СМИ (50%), Интернет (46%) и волонтерскую деятельность (36%); реже всех размещают информацию на билбордах некоммерческие фонды и партнерства (4%), но они компенсируют это привлечением знакомых (48%). Меньше всех используют специальные мероприятия религиозные организации (26%); организация публичных акций чаще присуща общественным организациям (18%), общественным фондам (17%) и автономным некоммерческим организациям (17%). Адресную деятельность, как форму коммуникации, используют общественные организации (30%) и некоммерческие партнерства (28%).

Главными особенностями некоммерческой деятельности являются: во-первых, не прибыльность данной деятельности, во-вторых, ее общественная направленность и социальная значимость. Поэтому зачастую для обозначения некоммерческого PR используют еще одно обозначение социальный или общественный PR, указывая в данном понятии на социальную направленность и роль некоммерческой деятельности.

Таким образом, можно сделать вывод, что сама сущность структуры PR связана именно с этим типом общества. PR является составной частью гражданского общества в его развитой форме. Кроме того, PR провоцирует к созданию целого ряда форм социокультурной и духовной активности. Важной функцией PR в современном гражданском обществе является – коммуникативная. PR — это планируемые, продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и ее общественностью.

Список литературы

1. Абанкина, Т. В. PR некоммерческой организации: теоретические основы современных PR – технологий и модели коммуникаций / Т.В. Абанкина // Некоммерческие организации в России. –2015. –№ 8. – С. 28-33.
2. Дорошева, Н. М. Все, что вы хотели знать о некоммерческом секторе, но боялись спросить. / Н. М.Дорошева. – М. : Высь, 2008. – С. 17-20.
3. Ишкова, А. В. Связи с общественностью в некоммерческих организациях. / А.В. Ишкова. – М. : «Ваклер», 2011. – С. 44-50.

УДК 339.138

А.М. Павлова, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

PR-КОММУНИКАЦИИ ТЕАТРА В КОНТЕКСТЕ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ОПТИМИЗМА НАСЕЛЕНИЯ

Театр является одним из древнейших способов проведения досуга — возникнув в античные времена его история не закончилась и в наши дни. Жители всех стран посещают спектакли, наслаждаются зрелищем и повышают уровень культурного развития. Однако, с появлением кинематографа, развитием технологий, возникновением первых компьютеров по всему миру театр стал считаться устаревшим способом проведения досуга для среднего городского жителя. Таким образом, осуществление PR-коммуникаций театров для формирования социального оптимизма населения как никогда актуально.

Театры используют рекламу на баннерах, афиши, интернет-сайты, но данных способов недостаточно для привлечения интереса современного человека. Проблема данной научной работы: с одной стороны, театр на протяжении многих веков пользовался успехом у населения, с другой стороны, PR-коммуникации театров устарели и не являются эффективными, что приводит к низкому посещению театров.

Цель данной научной работы: выявить ключевые проблемы эффективности современных PR-коммуникаций театра и определить способы решения найденных проблем.

В наше время многие театры используют минимум рекламных и PR-инструментов для продвижения своих постановок. Стандартный набор средств среднего театра: афиши на фасаде театра, буклеты, реклама в газетах и примитивный официальный сайт, который зачастую не обновляется регулярно, что и приводит к неэффективной коммуникации. Эффективная коммуникация, несомненно, необходима для успешной реализации целей организации. Искаженные, неправильно трактуемые сообщения часто становятся причиной поражений крупных компаний, армий и народов [1, с. 14]. Также сообщения театров, которые трактуются молодежью как «досуг для старшего поколения», могут разрушить театральное искусство.

Рассмотрим данную ситуацию на примере Ульяновского драматического театра имени И.А. Гончарова. Главным способом коммуникации с потенциальными зрителями являются афиши на фасаде театра, плакаты на остановках – они несут определенную информацию, но не привлекают столько внимания, сколько требуется. Так же существуют буклеты и брошюры, которые неактивно распространяются и не всегда воздействуют на аудиторию. Основной аудиторией Драматического театра являются школьники, которых против их воли учителя ведут смотреть спектакли. Чаще всего ученики

невнимательно смотрят постановку и относятся к театру как к скучной необходимости, а не способу приятно провести время.

Главное преимущество: у драматического театра существует красиво оформленный официальный сайт, которые регулярно обновляется, а также, присутствует услуга заказа билета на спектакль через интернет. Но несмотря на удобный сайт большая часть населения не обладает всей необходимой информацией о театре. На основе результатов опроса в рамках исследования «Отношение молодежи к театру как к культурному явлению» было выявлено, что 42% молодежи Ульяновска ни разу не были в Драматическом театре.

Так же были сделаны выводы, что молодое поколение позитивно относится к театральным постановкам и интересуется культурной жизнью города Ульяновска. Больше половины молодежи – 63% респондентов – от 16 до 30 лет регулярно посещают театры. Но из-за отсутствия активного продвижения спектаклей часть населения зачастую не осведомлена об имеющихся у них возможностях культурного развития.

Если старшее поколение привыкло к способам коммуникации театров, то молодежь нужно постоянно привлекать яркими образами, интересными нестандартными решениями.

По показателю «предпочтения в выборе проведения досуга» лишь 8% респондентов выбрало посещение культурного мероприятия – оно включает в себя театр, кино, концерт, городское праздничное мероприятие. Большинство человек выбрало встречу с друзьями – 37% - и активный отдых – 25%. Данные результаты указывают на потребность молодежи в динамичном, эмоционально наполненном способе проведения досуга.

По более конкретизированному показателю «предпочтения в выборе культурного мероприятия как способу проведения досуга» 11% респондентов ответило «театральная постановка». Больше всего опрошиваемых выбрали кино.

Театры закрепились в сознании населения как устаревший способ времяпровождения в основном из-за неэффективных коммуникаций с аудиторией. На самом же деле многие режиссеры ставят актуальные и зрелищные постановки, которые смотрят малое количество посетителей из-за стереотипов и ошибочного общественного мнения. Для возвращения моды на спектакли следует ориентироваться на вкусы современных людей.

Сотрудники театров должны постоянно вести активную коммуникацию с населением: завести группы в социальных сетях и регулярно их обновлять, чтобы привлечь внимание молодежи, проводить конкурсы и розыгрыши билетов на спектакли, предоставлять подробную информацию о постановках. Каждый спектакль должен сопровождаться какими-либо акциями, привлекающими к нему

внимание. Разумеется, необходимы пресс-релизы, рецензии и отзывы, чтобы потребители видели, что данный театр и постановку обсуждают, а значит, она стоит просмотра.

Профессионал театрального маркетинга Паула Рэббит описывала свою работу по освещению спектаклей в прессе: «Когда мы собрали всю информацию, мы пишем пресс-стратегию, которая может быть очень детальной: какие именно акценты расставить в медиа, для каких газет и вебсайтов подойдет наша история, с кем выходить на связь и когда это делать. Очень важны фотографии, в плане необходимо отметить, когда у нас будут хорошие фотоматериалы» [2].

Кроме того, следует организовывать специальные акции и красочные мероприятия, которые наглядно покажут жителям Ульяновска, что театры всегда в моде, а театральные постановки могут быть зрелищнее фильмов. «Сейчас в Петербурге, в Москве и в других городах есть театры, говорящие на нашем языке, на языке улиц, на языке молодежи. Есть театры, которые ставят современные, актуальные произведения. И зрители, уходя после таких спектаклей, узнают в героях себя, своих друзей и соседей. Театр не устарел, он, наоборот, идет в ногу со временем, даже иногда обгоняя его» [3, с. 23].

Итак, главная проблема PR-коммуникаций театров состоит в непостоянном и неточном взаимодействии с потребителем, воздействие рассчитано на жителей прошлого века, но не на современных людей. Театрам следует обновить PR-инструменты и приспособиться к современным целевым аудиториям.

Список литературы

- 1.Фьоре, Н. Психология личной эффективности / Н.Фьоре. – М.,2013. – 162 с.
- 2.Кэинс, М. Опыт профессионалов театрального маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.theguardian.com/culture-professionals-network/culture-professionals-blog/2012/oct/30/theatre-marketing-tips-west-yorkshire-playhouse>
- 3.Чичина, Я. В театр XXI века: к современности, эмоциям, танца / Я. Чичина – М., 2014. – 245 с.

УДК 339.138

У.М. Козлова (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет, научный руководитель – к.ф.н. доцент В.Н. Сафонов)

ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Проблема воздействия средств массовой информации на формирование российского гражданского общества является одной из самых актуальных в современности.

Давая определение понятия гражданского общества, можно сказать, что в узком смысле это общество на определенном этапе своего исторического развития, когда оно выступает социально-экономической основой демократического правового государства. Гражданское общество представляет собой необходимую прослойку между человеком и государством, не позволяющую последнему узурпировать власть [1]. Поэтому важно выявить факторы, влияющие на формирование гражданского общества.

Одним из влияющих факторов является СМИ – средства, при помощи которых в наши дни распространяется информация. К ним относятся всевозможные телеканалы, радио, периодические печатные и электронные издания, информационные агентства, кино и Интернет.

Каждый из видов средств массовой информации представляет собой как положительное, так и отрицательное значение для гражданского общества. Быстрота и оперативность сообщений удобна для пользования аудиторией. Население получает свежие данные за считанные минуты. Но часто такая оперативность исходит от непроверенных, неточных, подчас и вовсе ложных источников. Большое количество новостных блоков в одном выпуске позволяет потребителю всегда находиться в курсе событий, но такая фрагментация информационных сообщений лишает аудиторию воспринимать картину мира в целом. Раздробленность информационного потока ведет к раздробленности восприятия мира, что-либо обезоруживает аудиторию, лишая ее общего представления о мире, либо облегчает искажение различных аспектов социальной реальности, позволяя преувеличивать значение одних событий, за счет умалчивания других. Внушительное количество телеканалов, радиостанций, газет, журналов и интернет-порталов позволяют выбирать источники информации по интересам. Это же создает и иллюзию выбора, выдавая разного рода пропагандистские материалы за разнообразие содержания [2].

К негативному воздействию на гражданское общество также можно отнести информационную политику СМИ, которая подталкивает на формирование в обществе атмосферы тревожности и безысходности. Видеорынок пронизан убийцами, насильниками, колдунами, и прочими

отрицательными персонажами, созерцание которых приводит к росту эмоциональных и психических расстройств, депрессий, самоубийств, немотивированной жестокости. Агрессия с экранов сопровождается красивыми, яркими картинками, которые воспринимается как норма. Наблюдая часто сцены насилия с экрана, человек уже перестаёт переживать обычные эмоции: боль, сочувствие, сопереживание; он испытывает чувство удовлетворения, мысленно преступая моральные нормы. Люди, особенно дети, могут начать подражать отрицательному персонажу, который на экране никак не наказывается и даже не порицается.

Все это мы можем наблюдать и на отечественном телевидении. С отменой государственной цензуры на отечественных экранах стали появляться сцены убийства и насилия. Некоторые телеканалы наполнены именно таким контентом. Доктор социологических наук К.А.Тарасов отмечает, что коммерческое кино «сознательно и методично, с дьявольской изощренностью устраивает для зрителя ловушки на экране». К.А.Тарасов приводит следующую инструкцию, которую в 1949-1952 гг. получили создатели первого в мире криминального телесериала «Человек, противостоящий преступности» (США): «Было установлено, что интерес аудитории можно поддерживать наилучшим образом в том случае, когда сюжет разворачивается вокруг убийства. Поэтому кто-то обязательно должен быть убит, лучше в самом начале, даже если по ходу фильма совершаются другие виды преступлений. Над остальными героями все время должна висеть угроза насилия». Главный же герой «с самого начала и на протяжении всего фильма должен подвергаться опасности» [3]. Массовые сцены насилия изменяют и деформируют психику человека, а, следовательно, и всего гражданского общества, воздействуя на воображение, давая новые установки и модели поведения.

Решением проблемы может стать сокращение эфирного времени для развлекательных программ на федеральных каналах, то есть сортировка телевизионных проектов по тематическим каналам. А главные ТВ каналы должны нести основную информационную и воспитательную нагрузку для гражданского общества. Также необходимо ограничить показ программ, содержащих сцены насилия и оказывающих негативное влияние на население.

Важно добиться того, чтобы человек, интересуясь новостными событиями из средств массовой информации, мог увидеть картину в целом и во взаимосвязи с другими событиями. Кроме того, можно создать систему программ, направленную на формирование нравственного и духовного развития личности, больше освещая позитивные события.

Все это означает, что проблеме воздействия СМИ на формирование гражданского общества необходимо уделить особое

внимание уже сейчас для успешного развития и существования в будущем. Можно отметить, что современное наполнение информационного потока оставляет желать лучшего и требует более ответственного отношения к данной проблеме всего корпуса журналистики в стране.

Список литературы

1. Обществознание: Полный справочник / П. А. Баранов, А.В. Воронцов, С. В. Шевченко; под ред. П.А. Баранова. – М. : АСТ: Астрель, 2014. – 315 с.
2. Шиллер, Г. Манипуляторы сознанием /Г. Шиллер. – М. : Мысль, 1980. – 326 с.
3. Воздействие насилия в фильмах: катарсис или мимесис? // Российская наука: "Природой здесь нам суждено...". – М., 2003.

УДК 339.138

Л.Г. Идиятуллова, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ОТНОШЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ И ГИБДД: КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ

Актуальность данной темы определяется тем, что в современном мире коммуникации государственных структур с населением играют важную роль в развитии гражданского общества. В процессе реализации своей деятельности ГИБДД, как федеральный орган исполнительной власти в сфере внутренних дел, должна постоянно налаживать отношения с гражданским обществом на основе взаимопонимания и обмена информацией по всем наиболее важным аспектам жизни [3; 6]. Отсутствие «прозрачности» в деятельности ГИБДД создает предпосылки отчуждения населения, вызывает недоверие к действиям и решениям [1;43].

Целью статьи является изучение качества и особенностей взаимоотношений граждан и государственной структуры ГИБДД в конкретном регионе. Для реализации данной цели мы провели глубинное интервью с жителями областного центра на тему: «Образ ГИБДД в оценках населения»; выборка составила 25 человек. Мы выделили две квоты, в зависимости от статуса населения – автомобилисты и пешеходы, а также разделили респондентов на три возрастные категории - молодежь, средний и старший возраст. Квоты разделены по статусу участия в дорожном движении, потому что уровень отношения к органам ГИБДД может существенно различаться между пешеходами и автомобилистами. В гражданском обществе большую роль играют коммуникационные усилия ГИБДД, которые заключаются не только в наличии эффективных информационных каналов, но и в способности общаться с населением, объяснять свои

решения, слышать запросы различных социальных групп, учитывать их мнения и предложения [2;51].

Ключевым объектом нашего исследования стал *имидж ГИБДД* в сознании населения. Имидж – специальный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами коммуникации и психологического воздействия. Имидж является объектом, объединяющим все коммуникативные процессы и способы влияния на целевую аудиторию. В ходе нашего исследования была составлена матрица из ответов респондентов вокруг следующих тем: представление о ГИБДД; информационная составляющая; специальные мероприятия ГИБДД; образ идеального сотрудника ГИБДД; коммуникация с населением; эмоциональная составляющая.

Исследование отношения жителей г. Ульяновска к ГИБДД является эмпирической базой, лежащей в основе изучения современного состояния образа государственной структуры в сознании населения. На основе классификации мнений жителей были выявлены основные характеристики образа ГИБДД и коммуникаций с населением.

Представления о деятельности ГИБДД разделились на две группы: 1) население, которое с уважением относится к работе сотрудников Госавтоинспекции, позитивно оценивает их работу, и считает, что сотрудники ГИБДД являются примером соблюдения правил дорожного движения. *«Я думаю, что они делают нужную работу. Потому что они помогают людям, как участникам дорожного движения, и действуют в рамках закона. Видя сотрудников ГИБДД, я чувствую себя в безопасности и ощущаю порядок на дорогах».* *«Работу сотрудников ГИБДД я оцениваю положительно. Без них на дорогах был бы разгул автомобильных хулиганов, и увеличилось бы число аварий»* (пешеход, 52 года). 2) Те, кто имеет негативное отношение к деятельности ГИБДД, как правило, к этой категории относятся автомобилисты, так как достаточно часто имеют контакт с их сотрудниками. В данной группе большинство респондентов выделили необходимость повышения грамотности действий сотрудников для сохранения репутации ГИБДД, а также искоренение неуважительного отношения к населению. *«Сотрудники ГИБДД в России не всегда компетентны занимаемой должности, зачастую сами нарушают правила. В структуре ГИБДД процветает коррупция (не секрет в наше время). Нужно бороться с коррупцией эффективнее в данной сфере!»* (автомобилист, 31 год).

Коммуникативная тема интервью раскрывает стороны общения с сотрудниками ГИБДД. Чаще складывается неудовлетворительное мнение об общении с сотрудниками ГИБДД, это аргументируется тем, что многие сотрудники нарушают должностные полномочия, культура общения с гражданами на низком уровне, население отмечает высокомерное поведение сотрудников Госавтоинспекции.

«Не удовлетворён незнанием инспектором прав и обязанностей водителей (в частности – не указания причины остановки по факту; просьбы о выходе из машины, что возможно лишь при наличии признаков опьянения; проверка документов вне стационарного поста)» (автомобилист, 46 лет).

Отмечены и добросовестные сотрудники ГИБДД, которые с уважением относятся к гражданам. *«Общаюсь не часто, все наши душевные беседы происходили во время остановок меня для проверки документов и один раз как понятым. Общением удовлетворен, культурное и уважительное обращение, если даже я, такой негодяй, забыл пристегнуть ремень. Пару таких диалогов приучили меня пристегиваться» (автомобилист, 45 лет).*

Нами была выделена такая важная составляющая имиджа ГИБДД как образ идеального сотрудника. Мы хотели выяснить, как, по мнению населения, должен выглядеть идеальный сотрудник ГИБДД; главные характеристики, на которые обращают внимание наши респонденты. Мнения различны и по содержанию, и по эмоциональной окраске: *«Конечно же, этот человек в форме, и с палочкой в руке. Немолодой, знающий свою работу и дело, имеющий много связей. Должен присутствовать твердый характер и понимание» (пешеход, 21 год).* *«Идеальный сотрудник, по моему мнению, Дядя Степа, из мультика. Все мы понимаем, что это невозможно, сотрудники ГИБДД те же люди; у них есть свои недостатки и достоинства» (автомобилист, 45 лет).* В аспекте внешности и нравственности мнения автомобилистов и пешеходов сошлись: сотрудник должен быть высокий, статный, вежливый, хорошо знать законы, быть честным и порядочным по отношению к населению.

Итак, отношение населения к сотрудникам важного государственного органа неоднозначное. Население категорично относится к соблюдению самими сотрудниками ГИБДД правил, знанию законов, высокомерному и неуважительному общению с населением. Такие коммуникации не способствуют налаживанию порядка на дорогах. Граждане рекомендуют для повышения репутации ГИБДД вести открытый диалог, повысить уровень обратной связи и реагирования на замечания в адрес работы самой ГИБДД.

Список литературы

1. Гилинский, Я. И. Произвол правоохранительных органов глазами граждан / Я.И.Гилинский. –СПб.: ИС РАН, 2011. – 430 с.
2. Коханов, Е.Ф. Общение как взаимодействие социальных субъектов (к основам социальной психологии публич рилейшнз) / Е.Ф.Коханов // Менеджмент в России и за рубежом. –2011. –№ 5. – С. 49-59.

3. Сухотерин, Л., Юдинцев И. Информационная работа в государственном аппарате/ Л.Сухотерин,И.М. Юдинцев. –2007.–211с.

УДК 339.138

**В.В. Михайлова, И.Г. Гоношилина (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)
ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА УМВД РОССИИ ПО УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА.**

Имидж близок таким понятиям как «образ», «символ», «мнение», «представление», «репутация», «престижность» и др. Чаще всего имидж трактуется как символическая конструкция, образ, возникающий в общественном сознании на основе его соответствующей презентации, учитывающей менталитет аудитории, на которую он рассчитан.

Проблема имиджа сотрудников полиции, как и любого другого сотрудника государственной службы – это проблема восприятия государственного служащего, как со стороны общества, так и со стороны его коллег и вышестоящих лиц. Кроме того, это проблема ассоциативных связей, которые вызывает образ госслужащего в целом у подавляющей части населения страны. Именно имидж еще на бессознательном уровне либо пробуждает желание сотрудничать, либо приводит к отторжению самой мысли о сотрудничестве [1].

В современном мире, именно имидж оказывает огромное влияние на создание и развитие межличностных и общественных отношений. Характер этих отношений определяется степенью положительности того или иного имиджа. В работе органов государственной власти немаловажен характер отношений этих органов с населением.

Целью данной статьи является выявление особенностей формирования имиджа УМВД России по Ульяновской области.

Формирование имиджа полиции происходит в двух направлениях: с одной стороны, формируется представление об отдельных людях, затем переносится на всю организацию, а с другой - отталкиваясь от образа организации, вообще судят об отдельном работнике. В этом заключается трудность целенаправленного формирования имиджа в массовом сознании. Кроме того, УМВД России по Ульяновской области имеют сложную структуру, множество подразделений, мнение о которых складывается исходя из оценки структуры вообще или отдельных служб, находящихся в поле зрения (ГИБДД, вневедомственная охрана, участковые).

Сущность имиджа органов внутренних дел можно определить, как эмоционально окрашенный образ органов охраны правопорядка, характеризующий социально значимые стороны их деятельности в массовом общественном сознании.

Политическая составляющая имиджа правоохранительных органов – это наполнение его структуры конкретными характеристиками, имеющими прямое или опосредованное отношение к проводимой государственной политике в области внутренних дел. Основное содержание политической составляющей составляют четыре следующих структурных компонента: программно-идеологический (концептуальный); деятельностный (интерактивный); личностный; внешний (атрибутивный) [2].

Программно-идеологический компонент играет решающую роль, поскольку в нем отражен основной смысл деятельности органов внутренних дел. Его содержание определяется государственной политикой и нормативно-правовым регулированием в области внутренних дел и корректируется в зависимости от политической, социально-экономической, социокультурной ситуации в стране.

Деятельностный или интерактивный компонент – важнейший фактор создания имиджа органов внутренних дел посредством коммуникации с массовой аудиторией в целях формирования у нее позитивных представлений и установок о деятельности правоохранительных органов. Необходимы и специальные PR-мероприятия, разрабатываемые службами по связям с общественностью, обеспечивающие двустороннюю связь с населением по актуальным вопросам охраны общественного порядка, состоянию преступности, положительным сторонам, недостаткам или упущениям в работе местной полиции, вовлечению общественности в совместное решение наболевших проблем.

Личностный компонент. Его значимость трудно переоценить при характеристике любого имиджа – личности или социального института. Однако, когда речь идет о социальном институте (власти, силовом, социокультурном и т. д.), в действие вступают не только лидеры этих институтов, но и рядовые сотрудники, от повседневных действий которых в большей степени зависят колебания имиджа в позитивную или негативную стороны. В то же время харизматический лидер может создать крепкую и функционально сильную структуру, и его личный имидж не только будет проецироваться на имидж всей организации, но и ассоциироваться с ним.

Внешний (атрибутивный) компонент имиджа органов внутренних дел объединяет в себе целый набор визуальных способов воздействия на общественное мнение. Формирование привлекательного имиджа — это важная технологическая сторона политического вопроса, раскрывающего особенности формирования полноценного взаимодействия служб по связям с общественностью органов внутренних дел с населением. Главная задача здесь – осуществление эффективной коммуникации, которая является своеобразным индикатором состояния имиджа.

В течение последних десятилетий в российском обществе доминирует негативное представление о полиции, что отрицательно сказывается на морально-психологическом состоянии сотрудников органов внутренних дел и ведет к нежеланию российской молодежи связывать свою дальнейшую жизнь со службой в полиции. В связи с обозначенной тенденцией формирование и поддержание положительного образа полиции в глазах населения Ульяновской области и самих сотрудников УМВД России по Ульяновской области сегодня является приоритетным направлением, так как именно от него зависит укрепление престижа и репутации органов внутренних дел, а также рост доверия к сотрудникам полиции.

Таким образом, в целях формирования положительного образа УМВД России по Ульяновской области необходимо обращать особое внимание на отбор и профессиональную подготовку, личностные качества и развитие коммуникативных навыков кандидатов на службу. При этом активизация человеческого фактора в самом ведомстве и привлечение внимания к его работе широкого круга общественности являются мощным резервом для совершенствования деятельности всей системы МВД, повышения эффективности ее работы. Полиции необходимо занять верную позицию открытости для сотрудничества с общественностью, более доступной для граждан и СМИ.

Список литературы

1. Болдырев, И. Имидж власти и роль средств массовой информации / И. Болдырев // Власть. – 2011. – № 2. – С. 4-15.
2. Хубецова, З. Имидж политических институтов в структуре политического имиджа России для внешних аудиторий / З. Хубецова // Информационная политика. 2011. – № 3. – С. 1-16
3. Беркут, К. А. Создание положительного образа региональной полиции с помощью интернет-сайтов / К.А. Беркут // Современные научные исследования и инновации. – М., 2011. – С. 154-158.

УДК 339.138

И.Ю. Давыдов, И.Г. Гоношилина (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет, научный руководитель – к.ф.н., доцент И.Г. Гоношилина)

СТРАТИФИКАЦИЯ И СОЦИАЛЬНОЕ НЕРАВЕНСТВО НАСЕЛЕНИЯ КАК ФАКТОРЫ РИСКА В РАЗВИТИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Формирование и развитие гражданского общества занимает несколько веков, этот процесс еще не завершен ни у нас в стране, ни в мире в целом. В настоящее время не существует единого, общепринятого определения гражданского общества. Однако под гражданским обществом многие понимают такой социальный порядок, такое

общественное устройство, которое является благоприятным для развития человеческой личности и самостоятельных общественных ассоциаций [1]. Гражданское общество можно представить себе как определенный тип коммуникационного процесса между государством и гражданином. Как показывает практика, такая коммуникация возможна лишь при дискурсивных, диалоговых отношениях между ее субъектами. Вопросы касательно развития гражданского общества актуальны для исследователей различных направлений, от гуманитарной до технической сферы. Людям, как и обществу в целом, присуще неравенство. Различия по возрасту полу, росту и т.д. есть естественное неравенство. Но помимо естественного неравенства индивиду присуще и социальное неравенство, связанное с местом человека в системе социальной дифференциации общества, т.е. в социальной стратификации [2].

Главные измерения стратификации – доход, власть, образование, престиж, а также каналы доступа к ним. Таким образом стратификация возникает по поводу общественного распределения результатов труда, ограниченных ресурсов материального и духовного потребления. В достижении консенсуса между различными социальными группами и интересами состоит главное предназначение гражданского общества. Если говорить о сущности социального неравенства, то оно наблюдается везде, где есть иерархия. Социальное неравенство произрастает на экономической почве, но тесно взаимодействует со всеми сферами общественной жизни, в том числе с политикой, что выражено в разной степени использования властных ресурсов государства гражданами. В результате этих взаимосвязей, как свидетельствует мировой опыт, страны с высоким уровнем социального неравенства развиваются медленнее, а экономический рост может не снизить, а повысить уровень бедности [3]. Увеличение степени социального неравенства связано с протекающими в обществе неравноценными социальными обменами.

Превышение определенного порога приводит к большому различию в уровне жизни между группами общества, т. е. ущемлению определенных групп населения. По сути, высокий уровень бедности и неравенство сдерживают возникновение среднего класса, как следствие широкие слои населения не могут на практике реализовать свои права и обязанности [4]. Данное обстоятельство приводит к возникновению социальной напряженности в обществе, служит причиной для возникновения, развития и распространения социальных конфликтов, нарушения целостности общественной системы. Сильная социальная дифференциация может служить фактором угрозы политической стабильности, а её снижение фактором угроз безопасности общества. Так как угроза безопасности общества проистекает не только от факторов, ослабляющих государство, но и от факторов, ослабляющих

гражданское общество: социально-экономические кризисы, снижение уровня качества жизни, в том числе, и запредельное социальное неравенство, то приоритетом национальной безопасности должна стать защита интересов не только государства, но и личности и гражданского общества в целом [5]. Тем не менее, государство как наиболее мощный и динамичный субъект общественно политических отношений создает закрепленные в законах правила действия элементов гражданского общества. Оно в условиях их фактического неравенства обеспечивает их равенство перед законом, в системе гуманистических ценностей. Разрешение социальных противоречий и уменьшение социального неравенства являются важными факторами обеспечения социальной стабильности и безопасности. Удержание социального равновесия в обществе возможно при мобилизации основных механизмов, обеспечивающих его функционирование: экономических, политических, правовых, организационных, культурных и социальных, которые связаны с совокупным объемом ресурсов в конкретном обществе.

Большинству современных обществ присущи концентрация власти и ресурсов у численно небольшой элиты. Концентрация у элиты таких статусных атрибутов, как власть, собственность и образование препятствует социальному взаимодействию между ней и другими группами населения, приводит к чрезмерной социальной дистанции между нею и большинством. Это означает что средний класс немногочислен, и элита лишена связи с остальными группами. Такой социальный порядок способствует образованию конфликтов, препятствующих нормальному развитию гражданского общества.

Список литературы

1. Gellner, Ernest. *Conditions of Liberty: Civil Society and its Rivals*. - Allen Lane: Penguin, 1994, 225 p. Пер. на рус.: Эрнест Геллнер. *Условия свободы. Гражданское общество и его исторические соперники* – М. : МШПИ, 2003. –240 с.
2. Сорокин, П.А. *Социальная стратификация и мобильность* / П.А.Сорокин. –М., 1992.
3. Разумов, А.А. *Финансово-экономический кризис и новая парадигма государственной социальной политики в России* / А.А.Разумов // *Уровень жизни населения в России*. –2009. –№8 / 9.
4. Ивановский, З.В. *Латинская Америка: испытания демократии*. / З.В. Ивановский // *Вопросы политической модернизации*. В 2 ч. –Ч. 1. – М. –2009.
5. Раманцева, Е.С. *Политическая власть как фактор решения проблем старшего поколения* / Е.С.Раманцева, Л.Г.Титова // *Среднерусский вестник общественных наук*. – 2010.--№8.

УДК 339.138

С.И. Садовников, Т.В. Ключева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

КОНКУРЕНЦИЯ КАК УСЛОВИЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ДОСУГОВОГО ПИТАНИЯ Г. УЛЬЯНОВСКА)

В настоящее время в сфере рыночных отношений возрастает количество непосредственных участников. Таковыми являются: продавцы, покупатели, производители и потребители. Все эти субъекты взаимодействуют между собой, и таким образом образуются экономические отношения. В результате их взаимодействия складываются такие понятия современной экономики как спрос и предложение. Спрос – определенное количество товара, которое потребители хотят и могут приобрести по устраивающей их цене, и в определенное время. Предложение – определенное количество товара, которое производители предлагают на рынке товаров и услуг, следовательно, желают продать эти товары и услуги по выгодной для них цене в определенное время. В результате этого процесса устанавливаются цены на продажи и объемы продаж. Все это и есть процесс взаимодействия между субъектами рыночных отношений.

Все итоги деятельности любых фирм зависят не только от затрат на производства, но и от типа рынка, на котором этим фирмам приходится существовать. Фирма, которая выходит на рынок со своими товарами или услугами все чаще сталкивается с конкуренцией со стороны других фирм, которые уже находятся на данном рынке. Они тоже желают продать и продают свои товары или услуги. Из-за нехватки или ограниченности ресурсов, все фирмы, которые находятся на одном рынке, вынуждены соперничать между собой для того, чтобы выжить в условиях конкуренции. Одними из основных ресурсов будут являться денежные средства покупателей, которыми они располагают и тратят на данном рынке.

Конкуренция – соперничество между производителями. Оно может осуществляться по - разному. Все фирмы должны учитывать тип конкуренции, с которыми они могут столкнуться на рынке. Типы конкуренции должны интересовать не только производителей, но и покупателей, ведь это напрямую будет затрагивать их интересы. *Целью статьи* является определение особенностей конкуренции среди предприятий общественного питания в городе Ульяновске, респондентами которого стали жители, проживающие в Ульяновске от 18 лет и старше. Общее число респондентов 366 человек.

Рынок досугового питания Ульяновска высококонкурентный. На нем действуют игроки разных категорий. На формирование имиджа заведения досугового питания будут влиять общие установки населения в области досуга и отношения к предприятиям досугового питания в

целом, а также специфические характеристики, связанные с коммуникацией конкретного предприятия (в нашем случае – бара Records с аудиторией).

В данном разделе мы проанализируем общие механизмы формирования имиджа заведения досугового питания. На отношение аудитории к предприятию досугового питания будет влиять: частота посещения заведений, типы предпочитаемых заведений (от этого зависит, какие дополнительные формы досуга сможет использовать потребитель), цели посещения предприятий досугового питания.

В целом жители Ульяновска, особенно молодые группы, достаточно активно посещают предприятия досугового питания (рис.1).

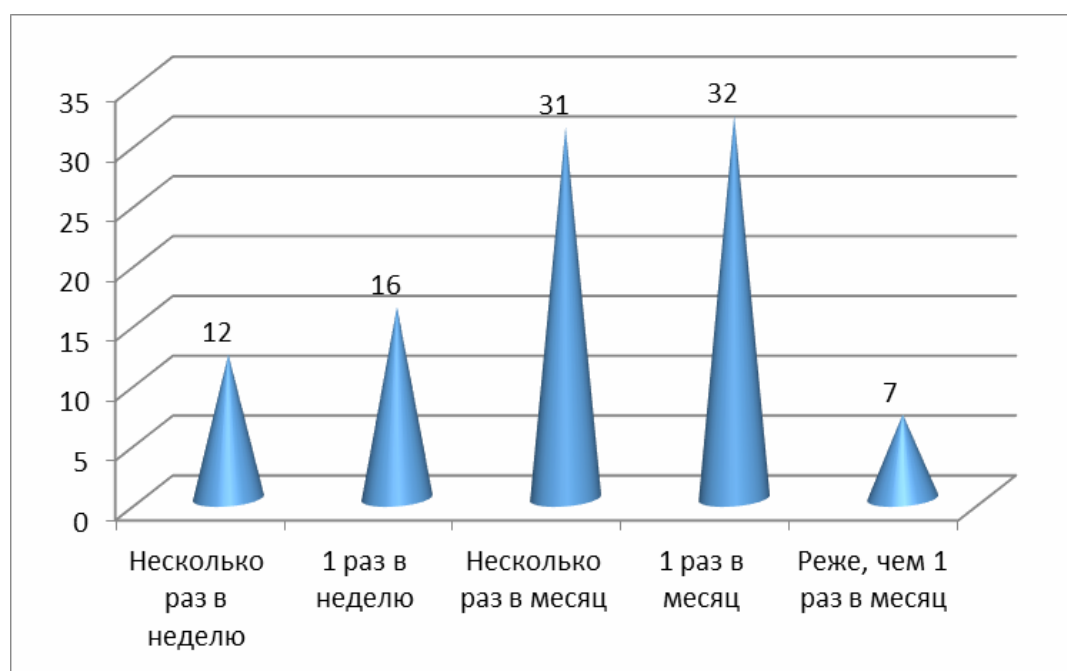


Рисунок 1. Частота посещения предприятий питания (в%, n=364)

Только 7% бывают в заведениях досугового питания реже, чем раз в месяц. Наиболее активно предприятия досугового питания посещают руководители и предприниматели – четвертая и пятая часть этих групп соответственно бывает в кафе и ресторанах каждый день. Это связано с высоким уровнем доходов в данных статусных группах, а также с особым характером производственной деятельности – в отечественной практике руководители и бизнесмены часто встречаются с партнерами вне офиса – в ресторанах и кафе, чаще днем – на бизнес-ланчах, кофе-брейках, но бывает и вечером – на ужинах.

Женщины и мужчины одинаково часто посещают рестораны и кафе. Однако мотивы посещения и предпочитаемые типы заведений досугового питания у них разные (таблица 1).

Таблица 1. Мотивы посещения заведения досугового питания (в%, n=364)

	Пол		Возраст				Социальный статус					
	Всего	мужской	женский	18-22	23-29	30-45	45 и старше	Рабочий, служащий	Специалист	Предприниматель	Руководитель среднего и высшего звена	Учащийся, студент
Поесть	40	49	30	64	59	29	19	57	33	47	30	50
Встретиться с друзьями	51	46	57	71	67	42	38	81	55	49	28	72
Провести время с семьёй	25	38	14	2	14	34	38	24	27	16	57	4
Завести новые знакомства	23	18	28	7	4	34	33	0	19	28	53	4
Воспользоваться бесплатным Wi-Fi	19	23	20	0	5	34	25	38	28	25	25	0
Встретиться для деловых переговоров	14	16	14	5	9	17	29	5	23	19	0	2
Послушать музыку/ посмотреть клипы	24	29	14	16	5	33	15	10	7	63	33	13

Мотивами посещения заведений досугового питания были названы в первую очередь желание вырваться от будничной рутины, отвлечься от работы и различных забот и дел, расслабиться, отдохнуть, пообщаться с друзьями и близкими, желание отвлечься от работы или домашнего уюта, встретиться с друзьями или новыми людьми, попробовать интересные блюда, коктейли, напитки, и увидеть что-то новое, необычное, яркое.

Основной мотив посещения кафе, ресторанов, баров у женщин – встреча с друзьями, также среди них больше тех, кто использует заведение для того, чтобы завести новые знакомства, получить новые впечатления. Только следом идут гастрономические желания, потребность в вкусной и необычной кухне, качественном баре. Хорошая кухня привлекает 30% представительниц прекрасного пола.

Мужчины чаще руководствуются мотивом «поесть» при выборе заведения досугового питания, достаточно часто они используют рестораны для того, чтобы встретиться с друзьями, провести время с семьей – женщины, видимо, чаще проводят время с семьей вне предприятий досугового питания. Бесплатный вай-фай в ресторанах привлекает рабочих, специалистов, представителей более старшего поколения. Молодежь, в том числе учащаяся – студенты и школьники –

активно используют мобильный Интернет, поэтому, видимо в бесплатных услугах ресторана в этом направлении не нуждаются. Музыка и клипы – еще одна составная часть досуга в ресторанах и кафе. Привлекает этот мотив прежде всего предпринимателей, руководителей, лиц среднего возраста.

Молодежь не выбирает этот мотив, во-первых, в силу экономических ограничений: нет собственных заработков, которые можно тратить на это направление, а, во-вторых, исходя из действующих практик – многие молодые люди предпочитают послушать музыку, посмотреть клипы, используя собственные гаджеты и социальные сети.

Среди форматов заведений досугового питания наибольшим предпочтением ульяновцев пользуются традиционные: ресторан, кафе, бар (44-46% опрошенных), также популярны – кофейни, бистро, предприятия быстрого питания (рисунок 2).

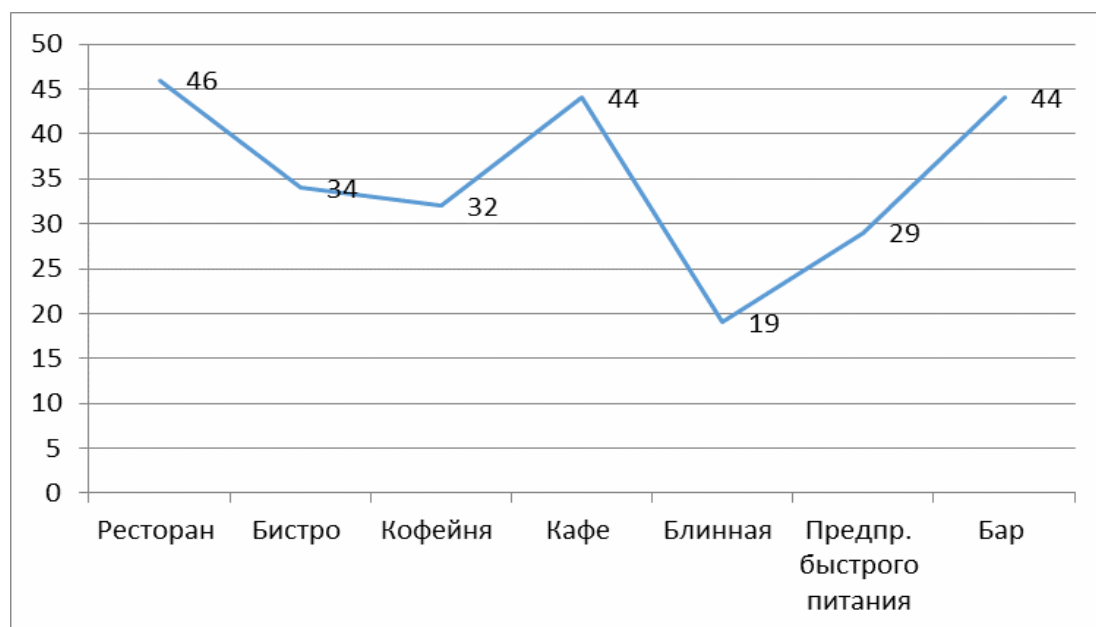


Рисунок 2. Предпочитаемые виды предприятий досугового питания (в%, n=364)

Заведения досугового питания в первую очередь являются местом отдыха, и упор в развитии нужно делать именно на нем, реализуя через невербальные и вербальные методы воздействия: дизайнерские решения, музыка, видеосопровождение, свет, элементы интерьера, запах, креативные механизмы; поведение персонала, общение с клиентами, а так же через мероприятия и событийный маркетинг, который позволяет разбавить ежедневную рутину представителей целевой аудитории, разнообразить времяпровождение, оставить приятное впечатление о заведении и проведенном времени. На данный момент конкуренция является одним из условий существования гражданского общества и существует на нескольких уровнях: на уровне конкуренции среди разных типов заведений

досугового питания, и внутри каждого сегмента, будь то это бары, либо сегмент быстрого питания.

Список литературы

1. Брайтон, С. К. Креатив в ресторанном бизнесе. Creative Food Service: [Электронный ресурс]// <http://www.creativefoods-services.com/>.

УДК 339.138

М.И. Корнилова (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет, научный руководитель – к.и.н., доцент И.А. Зосименко)

ВОСПИТАНИЕ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА.

В формировании гражданского общества в России ведущая роль принадлежит молодежи. Воспитание подрастающих поколений в духе любви и уважения к своей семье, своей истории, своей малой и большой Родине становится главной задачей общества.

Идея о гражданском воспитании юношества и слово «гражданин» впервые были использованы М. В. Ломоносовым в текстах педагогического содержания. Он вкладывал в понятие «гражданин» высокие нравственные качества, любовь к науке, знаниям, трудолюбие, бескорыстное служение на благо Отечества и считал, что «воспитание гражданина ради славы Отечества должно быть поставлено во главу воспитания» [2].

Современный воспитательный идеал – это высоконравственный, компетентный гражданин России, принимающий судьбу Отечества как свою личную, осознающий ответственность за настоящее и будущее своей страны, укорененный в духовных и культурных традициях многонационального народа Российской Федерации.

Большую актуальность и практическую значимость имеет активизация нравственно-правового воспитания молодежи, как важнейшая предпосылка построения гражданского общества.

Правовое воспитание призвано формировать личность молодого человека - гражданина России, законопослушного, социально активного, равнодушного к любым проблемам общества и государства. Целенаправленная работа по правовому воспитанию молодежи формирует правовую культуру, правосознание, правомерное поведение, что позволяет молодому поколению осознанно участвовать в формировании гражданского общества [3].

Вся система правового воспитания должна быть самым тесным образом связана с нравственным воспитанием.

Смысл нравственного воспитания состоит в утверждении идеалов добра, милосердия и справедливости. Такие ценности во все времена

скрепляли наше Отечество, формировали национальные традиции и моральные устои. Они позволяют России сохранить свои исторические корни и культурно-духовную самостоятельность [1].

Ядром гражданского воспитания является органическое единство нравственного и правового воспитаний. Это ярко проявляется в патриотизме и толерантности, ответственности и гражданском долге.

В вопросах воспитания особенно велика роль семьи и школы. Семья и школа - это два главных института формирования гражданина.

В процессе гражданского образования и воспитания все более заметную роль играют средства массовой информации, особенно Интернет.

Особая роль в гражданско-патриотическом воспитании молодежи принадлежит ветеранским организациям, музеям различной направленности (военно-исторические музеи; музеи, посвященные ученым, писателям, поэтам, летчикам, космонавтам; музеи культуры и быта народов России; краеведческие музеи), волонтерству, молодежным движениям, молодежному парламентаризму и т.п. [1].

Таким образом, воспитание формирует гражданина в данном обществе и для данного гражданского общества, так как правовая и нравственная культура личности – это неотъемлемое условие правового государства и гражданского общества.

Список литературы

1. Кондратьева, Е.В. Нравственно-правовое воспитание в условиях формирования гражданского общества в России // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. –2012. –№8 (112). –С. 304 - 307.

2. Салихова, Р.М. Развитие гражданского воспитания в России // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. –2013. – № 9(35), Ч.1.– С. 153 - 156.

3. Янко, Б.М. Правовое воспитание, обучение и просвещение учащихся общеобразовательных школ, как способ построения правового государства и формирование гражданского общества // Право и личность: история, теория и практика: Сборник научных трудов. 2013. – Уральский государственный педагогический университет. –С. 316 - 320

УДК 339.138

А.Э. Исакова, Т.В. Ключева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)
РЕГИОНАЛЬНЫЙ БРЕНД КАК СРЕДСТВО СОЦИАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ

Бренд представляет собой социальную, культурную, экономическую позицию, которую занимает в сознании массового потребителя «массового общества» представление о конкретном

массовом продукте (товаре). Это представление о товаре, который обладает рядом безусловных характеристик, причём только наличие всей их совокупности позволяет утверждать, что данный товар может считаться брендом [1, с. 25].

Важно, что в условиях современных коммуникаций функции бренда выходят за границы чисто экономических «опознания товара». Развитие взаимоотношений организации с клиентом позволяет в ряде случаев через бренды влиять на ценности, мотивы, поведения. С точки зрения А.В. Буланова, бренд – это образные представления, сохранённые в памяти заинтересованных групп, которые выполняют функции идентификации и дифференциации и определяют поведение потребителей при выборе продуктов и услуг [2, с. 70].

Термин региональный бренд применяется только относительно продуктовых брендов и брендов корпораций, при этом достаточно четко можно выделить субъект бизнеса, целевую аудиторию и коммерческий интерес.

Целью данной работы является анализ региональных брендов как средства социальной интеграции. Для достижения поставленной цели мы провели собственное исследование «Региональные бренды на автомобильном рынке». В эпоху слаборазвитой конкуренции товары отличались по функциональным свойствам и технологиям производства. На современном этапе экономического развития способом дифференцирования становится реклама и продвижение бренда. Научно-технический прогресс в сфере производства, дистрибуции и коммуникаций привел к тому, что произвести качественные товары стало значительно проще, чем продвинуть их к потребителю. Добиться долгосрочного рыночного успеха стало возможным в большей степени за счёт узнаваемости торговой марки [2, с. 15].

Если товар обладает физическими свойствами, различными характеристиками, он имеет цену, то бренд относится области чувств. Стержневая идентичность бренда включает ассоциации, которые, вероятнее всего, остаются неизменными, когда бренд переносится на новые рынки и категории товаров. Она доносит основные идеи позиционирования, которые отражают ценностное предложение бренда, и представляет собой смысловое ядро всех коммуникационных сообщений. В смысловом ядре бренда помимо коммуникационных сообщений, также есть и социальные.

Социальная интеграция представляет собой процесс установления оптимальных связей между относительно самостоятельными малосвязанными между собой социальными объектами (индивидуумами, группами, социальными классами, государствами) и дальнейшее их превращение в единую, целостную систему, в которой согласованы и взаимозависимы ее части на основе общих целей, интересов [3, с. 186].

Социальная интеграция может быть замечена как динамический и принципиальный процесс, где все участники участвуют в диалоге, чтобы достигнуть и поддержать мирные общественные отношения. Она сосредоточена на потребности переместиться к сейфу, устойчивому и просто обществу, формируясь и исправляя условия социального распада – социальная фрагментация, исключение и поляризация; и расширяясь и усиливая условия социальной интеграции – к мирным общественным отношениям сосуществования, сотрудничества и единства [4, с. 187].

Исходя из этой концепции, социальный капитал бренда может быть использован для повышения уровня интеграции регионального сообщества. Рассмотрим данный процесс на примере автодилеров г. Ульяновска. Имидж автодилера складывается из нескольких составляющих: личность первого лица компании, профессионализм сотрудников, известность компании (иногда публичность), этичность компании; прозрачность бизнеса; открытость фирмы; клиентская база (наличие среди клиентов крупных компаний с хорошей репутацией); качественное управление бизнесом; позиции на рынке; высокое качество продукции, услуг; грамотная система продвижения.

Наиболее узнаваемыми автодилерами в городе Ульяновске «Авторай»(40%) и «Мотом»(31%). Можно предположить, что эти две компании наиболее активно ведут продвижение своих брендов в сознание аудитории. Анализ слоганов компаний-лидеров, а также визуальных особенностей фирменного стиля (цвета, логотипы, шрифты) показывает, что в построение бренда на региональную идентичность не опираются. Даже в таких условиях региональные бренды являются сильными, эффективными и вызывают лояльность у потребителя, то и уровень социальной интеграции в регионе будет расти.

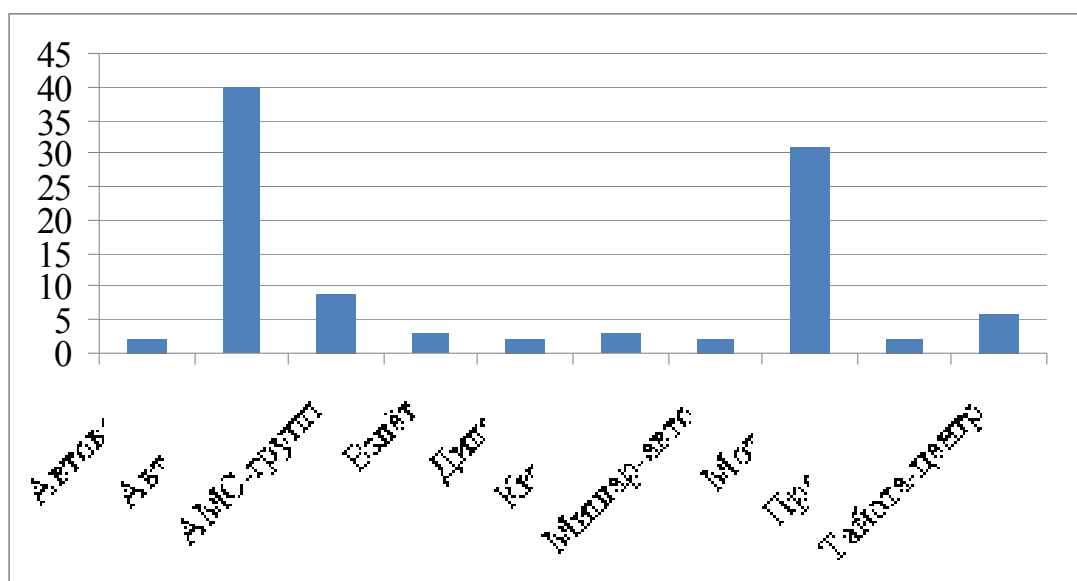


Рисунок 1. Известность автодилеров г. Ульяновска (n=200, в %)

Таким образом, для того чтобы повышалась социальная интеграция в регионе, компаниям-продавцам на автомобильном рынке необходимо поддерживать бренд своей организации, через повышение качества продукции и сервиса, учет интересов потребителей, стимулирование активности и взаимодействие в «клубах потребителей» будет расти количество и качество социальных связей в региональном обществе, а, соответственно, и региональная солидарность.

Список литературы

1. Голубков, Е. П. Ещё раз о понятии «Бренд». / Е. П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. — 2006. — № 2. — С. 25.
2. Буланов, А. В. Бренд 2.0. От философии к практике. / А. В. Буланов. — М. : ОАО «Красная звезда», 2013. — С. 70.
3. Азоев, Г.Л. Маркетинговые исследования собственными силами / Г.Л. Азоев. — М.: Центр профессионального образования и развития, 2006. —С. 15.
4. Беляева, Л.А. Социальная стратификация и средний класс в России: 10 лет постсоветского развития / Л.А. Беляева. — 2001. —С.186-189 .
5. Линн, А. Создание бренда — гибкий подход / А.Линн // Материалы 6-й Международной конференции серии «Создание и продвижение брендов на Российском рынке», <http://www.bestbrand.ru/files/upshour.pdf>.
6. Васильева, М. Бренд: сила личности /М. Васильева, А. Надеин. — СПб. : Питер. —2003. —208 с.

УДК 339.138

Д.С. Шкарпетко, О.В. Шиняева (Ульяновский государственный технический университет)

ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ РОССИЯН О СПОРТЕ: ЭФФЕКТИВНЫЕ СПОСОБЫ ДОСТИЖЕНИЯ УСПЕХА

Сегодня общественное мнение представляет собой форму массового сознания, в которой проявляется скрытое или явное отношение различных групп людей к событиям и процессам действительности жизни, затрагивающим их интересы и потребности. Актуальность темы исследования обусловлена проявлением интереса общественности к здоровому образу жизни. Формированием общественного мнения о физической культуре и спорте, как о социально-важной сфере деятельности человека. Спорт, как и любое другое социальное явление, является объектом межличностных коммуникаций. В нем, как ни в какой другой сфере деятельности, важную роль играет человеческий фактор. Формирование силы духа,

коллектива единомышленников, готового к совместному решению поставленных задач, является ключевым условием в спорте и в жизни.

Цель нашей работы – проанализировать поведение спортсменов с позиций возможного переноса его характеристик для достижения жизненного успеха; построить модель эффективного достижения поставленных целей на примере спортивных практик. Исследование проведено методом фокусированного свободного интервью. В качестве фокуса выбран новый российский художественный фильм «Чемпионы. Быстрее, выше, сильнее», в котором показана жизнь представителей большого олимпийского спорта, достигших высоких спортивных результатов и состоявшихся в жизни.

Цель исследования и выбранный фокус продиктовали структуру инструментария для сбора данных, а также логические единицы анализа качественной информации: 1) роль спорта в формировании целей и целеустремленности; 2) трудолюбие и способы его формирования; 3) спортивный рецепт преодоления жизненных трудностей; 4) источники вдохновения в спорте и в жизни; 5) факторы жизненного успеха и роль спорта в его достижении. Перечисленные логические единицы стали задачами в анализе собранной качественной информации. Было проведено фокусированное интервью выборка исследования составила 14 человек; 8 представителей женского пола, 6 – мужского. Главное условие – все они были зрителями фильма «Чемпионы. Быстрее, выше, сильнее». При редактировании и обобщении текстов интервью все респонденты были поделены на «спортсменов» (те, кто когда-то или сейчас серьезно занимается спортом) и «неспортсменов» (те, у кого отношения со спортом не сложились). Участники разделились ровно на две подгруппы – 7 спортсменов и 7 неспортсменов.

Авторы разных интервью, подтверждая мысль, что спорт – это особый образ жизни, выдвигают следующие аргументы: нужен особый режим, отказ от удовольствий в жизни, спортивная диета, способность идти на жертвы в жизни ради спортивных результатов, готовность занять лучшие годы жизни спортивными тренировками. Практически все респонденты, опираясь на просмотренный фильм «Чемпионы», согласны, что спорт формирует целеустремленность. Однако респонденты-спортсмены и респонденты – не спортсмены занимают разные позиции относительно того, как использовать эту целеустремленность.

«Спортсмены» считают, что *«спорт – это такая же сфера жизни, как работа шахтеров, военных, банкиров»* (интервью №8); *«это лишь одна из форм жизненной активности»* (интервью №9); *«спорт – удел целеустремленных людей, которые формируют у себя это качество с раннего детства»* (интервью №12).

Сам фильм «Чемпионы» является источником вдохновения для спортсменов и обычных зрителей. Он – своеобразный толчок, для

начала действия. Эта идея проходит нитью во всех интервью респондентов спортсменов. *«Фильм помогает мотивироваться и посмотреть на свою жизнь по-другому»* (Интервью №4). *«Большие достижения – это начало новых целей»* (Интервью №3). *«Спортивные достижения – это еще одна ступенька вверх»* (Интервью №10).

В ходе фокусированного интервью выявлены интересные факторы жизненного успеха.

Факторы	Спортсмены, %	Не спортсмены, %
Трудолюбие	40	50
Целеустремленность	25	17
Вера в себя	20	--
Мотивация	16	10
Врожденные способности	14	40
Настойчивость	15	25
Амбиции	60	36
Отсутствие страха	20	15
Везение	40	--
Тренер, наставник	20	--
Связи, полезные знакомства	10	25

Можно сделать вывод, что и те, и другие респонденты сошлись на двух факторах: трудолюбие (45%) и амбиции (48%); оставшиеся 7% приходятся на другие факторы субъективного характера – врожденные способности, целеустремленность, связи и другие.

Итак, спорт – это не просто деятельность, а умение действовать в сложных ситуациях. Это способность человека трудиться и добиваться успехов, образ мышления, который спортсмены после ухода из спорта переносят в обычную жизнь. Наше исследование, проведенное через призму содержания фильма «Чемпионы», показало: между спортсменами и неспортсменами есть невидимая стена. Вместо решения проблем неспортсмены живут с этими проблемами. В то же время и те, и другие на первое место ставят целеустремленность и трудолюбие в решении спортивных и жизненных проблем.

Обобщая все интервью предлагаем следующую мини-теорию достижения жизненного успеха:

- целеустремленный спортсмен – это чемпион, а чемпионом может стать каждый: один – в спорте, другой в жизни;

- трудолюбие - это личностное качество, для которого большое значение имеет опыт спортивный и жизненный. Спорт – это большой и тяжелый труд; он учит организовать жизнь так, чтобы времени хватило на тренировки, учебу и поддержку близких людей;

- преодоление трудностей естественное явление, которое может случиться с каждым; его нужно не просто пережить, а достигнуть поставленной цели. Испытания всегда делают человека сильнее; если он прошел их с честью, то готов к новым трудностям и ударам судьбы;

- нет цели в жизни и результатов в ее реализации – нет источников для пополнения вдохновения. Спорт, базирующийся на необходимости обновления результатов, дает стимул для насыщенной жизни человека;

- спорт формирует культуру здоровья, которая важна для того, чтобы добиться целей в жизни, а затем поставить новые; чтобы не упасть духом в трудные моменты, а найти в себе самом резервы двинуться дальше.

Список литературы

1. Колпина, Л.В. Физкультура и спорт в общественном мнении россиян / Л.В.Колпина, А.В. Ильин, М.А. Лазарева // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 6.

УДК 339.138

А. П. Муратов (Ульяновск, Ульяновский государственный университет, научный руководитель – д.п.н., профессор Н.В. Дергунова)

ФОРМЫ РАБОТЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПАРТИИ «ЕДИНАЯ РОССИЯ» С ИНСТИТУТАМИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА (НА ПРИМЕРЕ РАБОТЫ СО СТОРОННИКАМИ ПАРТИИ)

В настоящий момент существует настоятельная потребность в установлении между государством, партийной системой и гражданским обществом упорядоченных отношений, превращения этих институтов в самодостаточное автономное целое, способное самостоятельно формулировать и решать свои проблемы. Взаимодействие политических партий с институтами гражданского общества может носить двойственный характер. Это связано с тем, что политическая партия является одновременно институтом гражданского общества и частью государственной власти. Таким образом, направление и формы работы политической партии реализуются в процессе обмена интересами и процессе обмена решениями.

Процесс обмена интересами представляет собой форму взаимодействия партии и гражданского общества, где с одной стороны, политическая партия стремится к мобилизации граждан для поддержки на выборах, а с другой, гражданское общество информирует государство о своих целях и интересах.

Процесс обмена решениями происходит как часть политического процесса и состоит из двух частей: 1. принятие решений гражданским обществом на выборах и 2. принятие решений партией, как субъекта политического управления. Выборы многими российскими избирателями воспринимаются, как способ выразить свое отношение к политикам и политическим партиям. Желание продемонстрировать солидарность с той или иной альтернативой развития, представленной в программно-идеологических позициях партий, играет большую роль в электоральном поведении избирателей. Именно поэтому через программно-

идеологическую составляющую имиджа политические партии не только определяют себя как политическую организацию с определенной позицией, но и апеллируют к интересам социальных групп [1].

Важное место во взаимодействии политических партий с гражданским обществом занимают СМИ, которые являются основным средством коммуникации между участниками политического процесса. СМИ представляют интересы гражданского общества, формулируют насущные проблемы, и, с другой стороны, передают импульсы и властные решения, исходящие от государства. Невыполнение СМИ своих функций в политической системе способно исказить ее цели и ценности, серьезно повредив эффективному взаимодействию между гражданским обществом, политическими партиями и государством.

Рассматривая взаимодействие политической партии «Единая Россия» с гражданским обществом, следует более конкретно описать ее работу со сторонниками партии. Общим итогом такой деятельности может считаться повышение эффективности роли партии во взаимодействии гражданского общества и государства. Условно, данную работу можно разделить на несколько групп:

- мониторинг социальной среды для выявления насущных конфликтов и содействия их разрешению, поиска лидеров общественного мнения, реализации новых методов работы с населением;

- информационно-просветительская деятельность, содействие реализации программных целей и задач, расширение социальной базы партии;

- организация акций, проектов и мероприятий сторонников партии, прием новых членов и переподготовка актива;

- участие в предвыборной агитации, предварительном голосовании, подборе кандидатов для назначения наблюдателями и доверенными лицами [2].

Мониторинг социальной среды и взаимодействие с лидерами общественного мнения, различными социальными группами и представителями экспертных сообществ представляет собой одну из основных форм работы политических партий с институтами гражданского общества. Итогом такого взаимодействия является повышение эффективности агрегирования общественных интересов и более мобильная их доставка от заинтересованных слоев населения к государственной власти.

Содействие реализации партийных целей и задач при помощи работы со сторонниками можно отнести к такой форме взаимодействия, при которой формируется и расширяется социальная база партии. Тем самым формируется необходимый партии имидж и электоральная база, непосредственным образом влияющая на борьбу партии за власть. В связи с этим чрезвычайно важным в контексте взаимодействия

партии и гражданского общества представляется построение эффективной имиджевой стратегии, так как избиратель воспринимает политическую партию, ориентируясь на образ партии, сложившийся в его сознании, являющийся важнейшим средством коммуникации партии с гражданским обществом. Важность рассматриваемой компоненты имиджа политических партий определяется тем, что, только ориентируясь на деятельность партии, избиратель формирует свои политические предпочтения.

Организационно-массовая работа с населением направлена, в основном, на потенциальный электорат. Это направление может включать в себя также разработку комплекса мер по осуществлению эффективного взаимодействия политических партий с различными элитными группами с учетом целостности партийной стратегии. Кадровая работа так же имеет большое значение, так как восприятие политической партии зависит, прежде всего, от восприятия ее наиболее известных членов, сторонников и доверенных лиц. От того, как организован процесс политической коммуникации, какие формы и методы используются партией для обеспечения двусторонней связи, как складываются отношения лидеров и рядовых членов партии со сторонниками и избирателями, будет зависеть их восприятие и, в конечном итоге, положение политической партии.

Важную роль работа со сторонниками партии играет во время предвыборных компаний, когда политическая мобилизация, агитационная деятельность оказывают большое влияние на выборах. В настоящий момент политическая ситуация характеризуется слабой позиционной деятельностью политических партий, которые в большей степени рассчитывают на применение политической рекламы в сжатые сроки избирательной кампании.

В Ульяновской области Совет сторонников партии «Единая Россия» был создан в 2002г. На июнь 2015 года численность зарегистрированных сторонников партии составляет 6319 человек. Председатель Ульяновского регионального Совета сторонников-Костишко Б.М. На сегодня институт сторонников является основным каналом, через который идет пополнение партийных рядов. Большая роль отводится сторонникам партии в избирательных кампаниях, в организации и проведении предварительного внутрипартийного голосования. [3]

Таким образом, можно сделать вывод, что работа политической партии со сторонниками главным образом сводится к коротким периодам предвыборных кампаний, когда политическая мобилизация населения наиболее важна. Обратный же импульс запросов и потребностей населения более задействует другие каналы и институты гражданского общества, взаимодействующие с политическими

партиями, либо опять же, сильно зависит от предвыборных кампаний и связанной с этим активностью партии.

Список литературы

1. Гончарова, О.А. Взаимодействие политических партий с институтами гражданского общества / О.А.Гончарова // Вестник Московского государственного гуманитарного университета. – , Вып.1.– 2011.
2. Положение о сторонниках Всероссийской политической партии «Единая Россия» от 21.01.2009.
3. Сторонники партии «Единая Россия», Ульяновская область <http://ulyanovsk.er.ru/storonniky/>.

УДК 339.138

А.К. Полин (Ульяновск, Ульяновский государственный университет, научный руководитель – д.э.н., доцент Светуньков М.Г)

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ВЛАСТИ С ОБЪЕДИНЕНИЯМИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Выделяют плюралистическую модель взаимодействия в условиях либеральной экономики и некорпоративистскую в условиях координируемой рыночной экономики.

Примером плюралистической модели взаимодействия бизнес-структур и органов государственной власти служат США. В США «структура государства» наложила серьезный отпечаток на взаимоотношения с бизнесом. Американская политическая система во многом уникальна: для нее характерна относительная слабость государства и подвижность конфигураций групп интересов.

В ФРГ, Австрии и Нидерландах представлена некорпоративная модель взаимодействия бизнес-структур и органов государственной власти, в которой организации работодателей являются частью системы институционализированного взаимодействия с правительством и профсоюзами. Высокий уровень централизации представительства групповых интересов позволяет головным ассоциациям выступать в роли главных посредников во взаимодействии бизнеса и власти.

На сегодняшний день в Российской Федерации сложилась похожая на корпоративистскую модель взаимодействия бизнес-структур и органов государственной власти. Существует так называемая «Большая четверка» бизнес - объединений, созданных для представления интересов малого, среднего и крупного бизнеса на высшем федеральном уровне. Самыми представительными являются общероссийское объединение работодателей «Российский союз промышленников и предпринимателей» (РСПП – создана в 1990), общероссийская общественная организация «Деловая Россия»

(создана в 2001 году), общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ» (основана 18 сентября 2002 года) и Торгово-промышленная палата РФ (7 июля 1993 года был принят федеральный закон «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации»).

Мировая практика свидетельствует, что бизнес-ассоциации являются эффективной формой самоорганизации делового сообщества и могут с успехом представлять интересы субъектов крупного, среднего и малого предпринимательства, выступая посредниками в диалоге между бизнесом и властью. Это особенно актуально для стран с переходной экономикой, в которых традиции активного участия граждан в формировании цивилизованных рыночных отношений находятся в стадии формирования. В таких странах деятельность бизнес - ассоциаций является одним из наиболее реальных способов влияния на принимаемые решения с целью создания благоприятных условий для развития бизнеса.

Выделим следующие виды взаимодействия бизнес- объединений и власти:

- Лоббирование интересов предпринимательства в законодательных органах
- Создание общественных Советов предпринимателей при органах власти
- Обращение к уполномоченному по защите прав предпринимателей Ульяновской области

Пожалуй, наиболее ярким феноменом российского регионального лоббизма стало административное предпринимательство. Этот факт также необходимо учитывать при построении региональной лоббистской кампании. Следует отметить, что немалое количество представителей бизнеса, среди депутатов законодательного собрания и городской думы, говорит о высоком уровне лоббизма на региональном уровне так же и внутри законодательной власти.

На нынешний момент времени, среди депутатов Законодательного собрания Ульяновской области, из представителей бизнес структур, мы можем выделить:

Ананьев Игорь Викторович, Гвоздев Василий Анатольевич, Глебов Сергей Николаевич, Жиртуев Владимир Викторович, Камеко Владимир Николаевич, Мартынов Вадим Станиславович, Родионов Михаил Юрьевич, Рожков Михаил Юрьевич, Сорокина Елена Алексеевна, Столыпин Борис Константинович, Толмачев Андрей Трубочанин, Валентин Анатольевич.

Таким образом 35% (12 человек) из состава депутатов Законодательного собрания области – так или иначе, но представляют интересы бизнеса в Законодательном собрании Ульяновской области,

что и говорит о высоком проценте представительного лоббизма в сферах законодательной власти региона.

Создание общественных советов предпринимателей при органах власти происходит в целях содействия формированию благоприятной предпринимательской среды в городе, поддержки новых экономических структур, распространению опыта передовой работы предпринимателей в условиях рыночной экономики.

В Ульяновске, общественные советы уже созданы и начали работать при следующих министерствах:

- Министерство физической культуры и спорта Ульяновской области
- Министерства образования и науки Ульяновской области
- Министерство строительства, жилищно-коммунального комплекса и транспорта
- Министерство финансов Ульяновской области
- Министерство экономического развития Ульяновской области
- Министерство искусства и культурной политики Ульяновской области

В целях обеспечения развития малого и среднего предпринимательства на территории Ульяновской области Распоряжением Губернатора Ульяновской области С.И.Морозова №206-р от 24.05.2011 года, была учреждена должность уполномоченного при Губернаторе Ульяновской области по правам предпринимателей. В настоящее время эту должность занимает Скопцова Татьяна Николаевна.

За 2015 год, в адрес Уполномоченного поступило 536 обращений от 710 субъектов предпринимательской деятельности: индивидуальных предпринимателей, юридических лиц и общественных организаций предпринимателей. Из общего количества обращений: 125 письменных, 411 устных (из них 167-поступили на личном приеме, 244 - по телефону, на которые даны консультации и разъяснения).

Представители общественных организаций, власти и бизнеса подвели итоги первой региональной «Недели предпринимательских инициатив 2016 года» губернатор Сергей Морозов отметил, что тот формат работы, который был выбран правительством для формирования благоприятной бизнес-среды и работы с предпринимателями, зарекомендовал себя с хорошей стороны.

По информации председателя правления Корпорации по развитию предпринимательства Ульяновской области Руслана Гайнетдинова, на мероприятии традиционно большинство вопросов, были связаны с выявлением и устранением административных барьеров, препятствующих развитию бизнеса.

Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Ульяновской области Татьяна Скопцова, отметила, что, по сравнению, с предыдущими годами, вести диалог с представителями бизнеса стало легче, возросла активность, а инициативы по развитию идут большим потоком. Ей было замечено, что в этом году она уже отправила 28 предложений Уполномоченному по защите прав предпринимателей при Президенте РФ, в том числе и те, которые были представлены на последней неделе предпринимательских инициатив.

Список литературы

1. Дрегалов, А.А. Стратегическое партнерство власти, бизнеса и общества / А.А. Дрегалов Поморский гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. — Архангельск, 2010.

2. Формирование системы цивилизованного лоббизма в России: GR и проблемы эффективности взаимодействия общества и власти / Под ред. В. И. Быкова, Л. Н. Галенской, Л. В. Сморгунова. — СПб. СКФ «Россия-Нева», 2006.

УДК 339.138

М.А. Адыширинов (Ульяновск, Ульяновский государственный университет, научный руководитель – д.п.н., профессор Н.В. Дергунова)

РОЛЬ ОППОЗИЦИИ В РАЗВИТИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

В настоящее время проблема развития гражданского общества в современной России является одной из наиболее актуальных проблем. Согласно конституции, принятой в 1993 году, Российская Федерация является демократическим правовым государством. Одним из условий существования правового государства подразумевается наличие развитого гражданского общества, социально-политическая сфера которого включает в себя общественные, общественно-политические, политические партии и движения, выражающие многообразие интересов различных групп гражданского общества и негосударственные средства массовой информации. В этой сфере складывается практика институционального оформления интересов, возникающих в обществе, и выражения их в ненасильственной, цивилизованной форме, в рамках конституции и законов государства. Значимую роль в развитии гражданского общества играет оппозиция, под которой понимаются партии или политически активные индивиды, объединенные общими интересами и имеющих отличную от правящих сил точку зрения на политику и активно ведущих борьбу за государственную власть [1].

Феномен оппозиции как социальное явление присущ самой природе человеческого общества в силу его неоднородности и различия интересов отдельных индивидов, социальных групп и властвующих

субъектов. Оппозиция обусловлена групповой природой политики как общественного явления, когда сталкиваются противоположные социальные и политические интересы, связанные с участием во власти, ее завоеванием, противодействием, распространением ресурсов, принятием решений. Оппозиционность выступает интегративной характеристикой проявления активности населения и является одной из ведущих закономерностей современного демократизирующегося общества [3].

Причем оппозиция в этом случае играет значимую роль: предоставление действующей власти альтернативы принятия политических решений на основе серьезного анализа существующих реалий и критики ошибок правительства. Как правило, различают оппозицию системную и внесистемную.

Системная оппозиция – это те политические силы (политические партии, движения), которые не предусматривают в своих программных установках разрушение существующего социально-политического строя. Примером могут служить центристские партии западных стран (консервативные, либеральные, социал-демократические), которые признают нерушимость основных политических, экономических и социальных принципов общества, признают общие стратегические цели. Расхождения существуют в области тактики достижения этих целей. [4]

Внесистемная оппозиция представлена политическими силами, которые ставят своей целью свержение существующего строя. Примером могут служить большевики в прошлом и нынешние экстремистские движения, и группировки, которые нацелены на свержение легитимного политического строя (фашистские, неонацистские партии). Как правило, внесистемная оппозиция функционирует нелегально [4].

Рассматривая оппозицию на примере современной России следует заметить, что действующей власти часто свойственны злоупотребление властными полномочиями и реализация своих интересов в ущерб общественным. Это объясняется контролем со стороны государства за социальной, экономической и политической сферами общества. В совокупности это отражает авторитарный характер управления.

Независимые институты не получают поддержку со стороны государственной власти: дискуссия, которая развернулась в прессе, когда главный редактор «Независимой газеты» господин Третьяков разработал и изложил на полутора полосах «Независимой газеты» план изменения системы управления государством. Президент немедленно вызвал представителей силовых министерств и сообщил им, что они должны быть готовы противостоять заговору. Он не имел в виду прямо статью Третьякова, но, во всяком случае, связь здесь была очевидная. Подобного рода реакция на критику в первую очередь говорит о недопущении альтернативы при принятии политических решений [2].

Говоря о системной оппозиции, под которой в первую очередь понимаются политические партии и движения следует сказать, что оппозиция малочисленна. В качестве примера можно привести состав депутатов ЗСО в Ульяновской области, где оппозиция составляет лишь 14% от общего числа: 11% – КПРФ, 3% – ЛДПР. Соответственно выступления депутатов от КПРФ или ЛДПР на заседаниях ЗСО не получают необходимой поддержки. Ярким примером может служить заседание ЗСО от 31.03.2016, на котором фракция оппозиционной партии КПРФ не получила поддержку при выдвижении своих инициатив, вынесенных на голосовании.

Таким образом, можно сказать что оппозиция, демонстрирует неспособность удовлетворения запросов общества. Это ведет к дальнейшему разочарованию граждан, неверию в осуществимость мирных и последовательных позитивных перемен, следствием чего становится захват протестной инициативы популистами и радикалами. Речь идет о дезориентации общества. Это объясняется снижением численности участников митингов летним сезоном (когда люди меньше склонны к конфронтации), дискредитацией оппозиции государственными СМИ и малой информированностью населения в целом. Также можно говорить о слабости самой оппозиции и о малом влиянии на принятие политических решений при обсуждении различных вопросов.

По данным исследования Левада-Центра (май 2013 г.), 27% опрошенных поддерживают оппозиционеров в их требованиях (причем только 5% с уверенностью, а 22% — скорее поддерживают). Не поддерживают оппозицию 30% опрошенных. Целых 44% выбрали вариант ответа «затрудняюсь ответить». Действия такой заметной фигуры, как Навальный, одобряют только 6% опрошенных, 35% не разделяют его взглядов, а 59% ничего о нём не знают [5].

В качестве вывода можно сказать, что в настоящее время оппозиция играет незначительную роль в развитии гражданского общества. Несмотря на то, что оппозиция, как и гражданское общество, неподконтрольны государству, само население не стремится к независимости. Устранение протестов и ограничения со стороны законодательства приводят в свою очередь к разрушению диалогового моста между гражданским обществом и государственной властью. Препятствия со стороны государства в виде дискредитации государственными СМИ мешает развитию оппозиции, представленной в виде экспертов, которые критикуют систему управления и предлагают изменение существующего режима. Однако эта ситуация уменьшает пользу оппозиции: общественные экспертные советы или общественные палаты привлекаются при разработке решений, высказывая конструктивную критику стремясь к совершенствованию существующего режима. Таким образом, оппозиция является необходимым элементом гражданского общества, обеспечивающим участие граждан в политической жизни общества, стремящимся решающим образом влиять на государственную власть при принятии политических решений.

Список литературы

1. Большакова, «Дождь» посреди политической засухи. «Особая буква», 4.10.2012.
2. Засурский, Я. Российская пресса как институт гражданского общества – Круглый стол «гражданин, общество, государство: контексты российской действительности и проблемы доступа к информации, 1998.
3. Об Ассамблее. Сайт Национальной Ассамблеи, 14.02.2011.
4. Оппозиция, ее место и роль в условиях демократии <http://studopedia.org/1-121856.html>
5. Тренин, «Движение равнодушных»: россияне не за и не против оппозиции — КМ.ру, 14.06.2013.

УДК 339.138

В.Н. Романова, В.А. Чернов (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)
ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ КАК УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Общественное мнение – это состояние массового сознания, заключающее в себе отношение (скрытое или явное) различных групп людей к событиям и фактам социальной действительности. Общественное мнение отражает реальное состояние общественного сознания, интересы, настроения и чувства в социальных группах общества. В общественном мнении проявляется конкретное состояние общественного сознания в тот или иной исторический отрезок времени. Оно концентрирует внимание на определённых сторонах, процессах. Актуальность проблемы обусловлена тем, что общественное мнение существует не в любом обществе, так как оно не есть просто сумма тех частных мнений, которыми люди обмениваются в узком, частном кругу семьи или друзей. Именно возможность публичного высказывания населения по проблемам общественной жизни и влияние этой высказанной в слух позиции на развитие общественно-политических отношений отражает суть общественного мнения как условие развития гражданского общества.

Американский социолог У. Липпман в книге «Общественное мнение» высказал мысль, что теперь общественное мнение формируется средствами массовой информации. В то же время, считал он, мнения – это улица с двусторонним движением. Общество состоит из различных организаций, групп, ассоциаций, позиции которых не всегда учитываются властями. Однако общественное мнение обладает ограниченными возможностями, так как не способно адекватно отражать социальную реальность, а в некоторых случаях может оказаться даже ошибочным [1.10].

Целью данной статьи является изучение общественного мнения о спортивном мероприятии международного уровня. Эмпирической базой статьи являются: проведенный массовый анкетный опрос на тему «Отношение городского населения к крупным спортивным мероприятиям в городе Ульяновске» (на примере Чемпионата мира по хоккею с мячом 2016), респондентами которого стали жители, проживающие в Ульяновске от 18 лет и старше. Общее число респондентов 450 человек.

Как показал анализ результатов опроса, ключевым фактором культурного выбора оказывается компания людей, с которой они собираются провести время (рис.1).

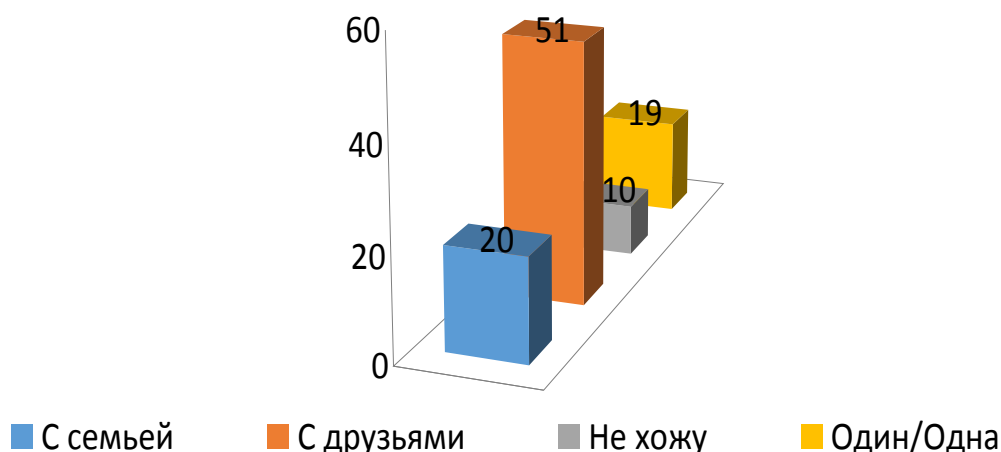


Рисунок 1. Посещение мероприятий (в %; n=450)

Жители Ульяновска предпочитают посещать спортивные мероприятия совместно с друзьями, знакомыми и семьей. В одиночку ходят только 10% жителей города. Это, преимущественно, мужчины в возрасте от 30 и старше лет— именно эта часть населения предпочитает индивидуальное «потребление» коллективному. В связи с этим можно предположить, что мужчины ходят на спортивные мероприятия наедине с самим собой по простой причине, чтобы никто не пытался помешать этому процессу.

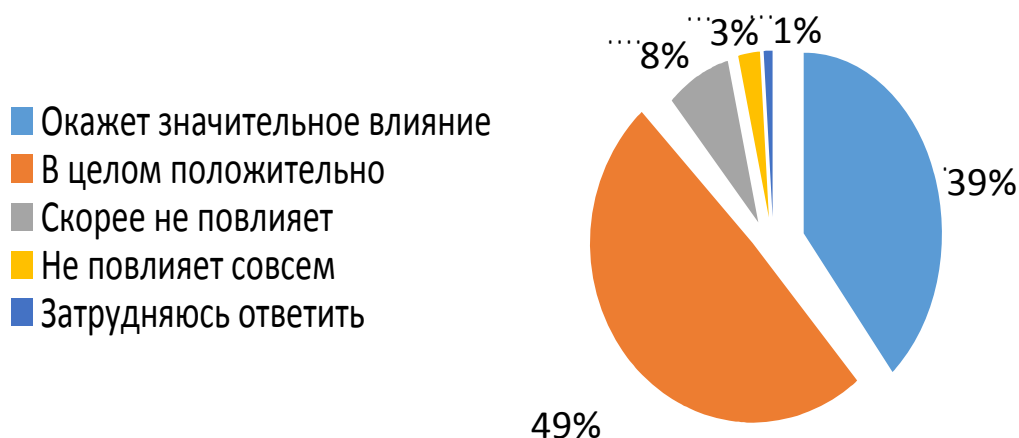
Существуют совершенно разные причины, по которым жители города не посещают спортивные мероприятия. Самыми распространенными ответами являются высокая цена билетов (33%), и ссылка на нехватку времени (31%). Эти две причины являются ключевыми. У предпринимателей главная причина, которая мешает заниматься спортом —отсутствие времени. Нехватка информации о мероприятии является немаловажным фактором, это отметило 13% жителей городского населения. Но возможно и такое, что посетителям просто не интересны такого рода мероприятия— 5%. Стоит отметить, что фактом является то, что не удовлетворены уровнем проводимых спортивных мероприятий те жители, которые не заинтересованы в

спортивной деятельности. Если проанализировать уровень спортивного мероприятия, то достаточно посещаемыми являются городские соревнования – 74%. На международные соревнования отправляются жители с доходом свыше 30 000 рублей в месяц (18%).

В ходе анализа выяснилось, что 99% из 100% опрошенных знали о предстоящем спортивном мероприятии мирового масштаба, это значит, что информационное сопровождение было выстроено грамотно и достигло поставленных задач, это так же подтверждает то, что 94% респондентов были в курсе о времени, когда будет проходить Чемпиона мира по хоккею с мячом (январь февраль), и только 6% не владели этой информацией.

13% населения – доля тех, кто не планировал посещать Чемпионат мира по хоккею с мячом, среди этого числа оказались преимущественно женщины. Это обусловлено тем, что мужчины в большей степени интересуются спортом. Среди тех, кто планировал посетить спортивное мероприятие, преимущественно население с доходом 15 000-30 000 рублей в месяц. Это обуславливается тем, что купить билет на игры могут позволить себе не все. Причем среди тех, кто не может посетить игры, большая доля временно не работающих (показатель).

Почти половина жителей, а именно 49% отметили положительное влияние на развитие спорта среди горожан. 39% считает, что Чемпионат окажет кардинальное значение в жизни спорта жителей и только 11% полагают, что это мероприятие не повлияет никак на развитие интереса у горожан к спорту (рис. 2). Большинство респондентов получают информацию с помощью таких источников, как Интернет и социальные сети – 86%, а также друзья, знакомые (52%) и телевидение (72%). Это не удивительно, Интернет в настоящее время стал интерактивной площадкой, которая призвана информировать и убеждать.



Информация из социальных сетей доходит быстрее, чем другие источники коммуникаций. Желаемые источники информирования

выглядят немного по-другому. Городское население по-прежнему доверяет и желает получать новости из Интернета и социальных сетей (55%), но не так доверчиво относится больше к друзьям и знакомым (37%). На втором месте остается телевидение – 46%. Все это говорит о том, что СМИ формируют общественное мнение.

Можно сделать вывод, что главное предназначение общественного мнения заключается в том, оно выступает в роли регулятора отношения между людьми в масштабе всего общества. Регулирование общественных отношений – основная функция общественного мнения. Механизм регулятивной функции основывается на методе общественного воздействия. Общественное мнение формируется тогда, когда на обсуждение народа выносятся, ставится проблема, имеющая важное практическое значение. В данном случае, выносятся спортивное мероприятие международного уровня. Основным выразителем общественного мнения выступают СМИ. Важными требованиями в данном аспекте выступают объективность, реалистичность, правдивость, оперативность, доступность и широта распространения. Таким образом, можно сказать, что общественное мнение в современном обществе выступает как индикатор социальных процессов, явлений и условие развития гражданского общества.

Список литературы

1. Липпман, У. Общественное мнение / У. Липпман. – М.: Питер. – 2004. – С.10.
2. Новикова, С.С. Социология: история, основы, институционализация в России / С.С. Новикова. – М.: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: Издательство НПО "МОДЭК", 2000. – 464 с.
3. Гавра, Д.П. Общественное мнение как социологическая категория и социальный институт / Д.П. Гавра. – СПб.: Питер. –2005. – 235 с.

УДК 339.138

Л.В. Сидорова, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ О КАЧЕСТВЕ УСЛУГ УЧРЕЖДЕНИЙ ПИТАНИЯ

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что сегодня общественное питание является одним из значимых секторов потребительского рынка и относится к важнейшим сферам гражданского общества. Стремительно развивающийся ресторанный бизнес приносит не только доходы, но и принуждает задуматься о возрастающей конкуренции. Как известно, важным условием возникновения гражданского общества является наличие возможности у всех граждан

достижения экономической самостоятельности. Гражданское общество - это общество цивилизованных рыночных отношений. Сфера становится наиболее популярной, и все большее количество предприятий общественного питания вступают в борьбу за клиента. Положительный имидж организации – одно из главных конкурентных преимуществ. Чего можно достичь за счет постоянного использования в своей деятельности новейших информационных технологий, а также других инноваций, которые обеспечивают стратегические конкурентные преимущества на рынке услуг.

Как следствие, особенное внимание предприятия общественного питания стали уделять качеству. Ведь то, как примут и обслужат на предприятии общественного питания, сильно отразится на его имидже в сознании целевой аудитории. Как известно, один человек расскажет о заведении десяти людям. А это значит, что, обслужив один раз плохо, предприятие теряет десятки, а то и сотни посетителей. Поэтому необходим жесткий контроль качества. Причем необходимо контролировать не только качество обслуживания, но и качество блюд, качество продуктов и т. д.

Целью статьи является выявления общественного мнения как основы построения качественного обслуживания на предприятиях общественного питания. Для реализации этой цели нами было проведено исследование методом глубинного интервью на тему «Влияние имиджа заведения на выбор предприятия общественного питания», респондентами которого стали посетители кафе и ресторанов – 28 человек, проживающих в Ульяновске. Мы выделили 3 квоты респондентов: постоянные, периодические, случайные клиенты.

В качестве теоретической основы мы рассмотрели концепцию имиджа. Имидж любого объекта строится на основе определенного набора стереотипов. «Природа, общество задает стереотипы имиджей, а от индивида (или организации) требуется лишь усвоить их доминанты, строго им следовать или грамотно нарушать, тем самым создавая новые имиджи или их грани» [3; 223].

В ходе анализа глубинного интервью были выделены следующие составляющие имиджа заведения в оценках посетителей: «Кухня»; «Сервис»; «Интерьер»; «Посетитель» и «Коммуникации», на основе которых респонденты оценивали степень своей удовлетворенности или неудовлетворенности качеством предоставляемых услуг на предприятии общественного питания. Полная удовлетворенность клиента достигается лишь в том случае, если ни к одному из перечисленных аспектов не будет серьезных нареканий.

Сервис реализуется в обслуживании потребителей. В современных условиях организации общественного питания большое значение приобретает их высокая культура обслуживания и качество самой продукции. «Официанты с хорошей дикцией», «качественная посуда»,

«социальная ответственность перед посетителями», «престиж, богатство, стиль, высокие манеры», «еда, как искусство».

Профессионализм обслуживания - один из основных критериев в оценке деятельности работников общественного питания. К основным факторам, определяющим профессиональность обслуживания на предприятии общественного питания, относятся форма и культура обслуживания, характер и вид предоставляемых услуг. «С тобой здороваются, и ты чувствуешь, что тебе здесь рады», «персонал должен решать проблемы клиентов, пароль от wi-fi, повесить куртку, вернуть оставленные вещи», «не пытаться давить и навязывать мнение», «относиться с терпением», «без должного сервиса, кухня не будет иметь значение», «пожелания приятного аппетита и доброго вечера», «не должен отталкивать своим видом».

Третьим критерием, определяющим выбор ресторана, стал дизайн и приятная атмосфера. В каждом предложенном случае посетители высоко оценили значимость этого фактора. По словам респондентов, уникальную атмосферу ресторана создают: «Правильные акценты: начиная от цветов на столе, заканчивая картинами», «столовые приборы без разводов», «новое, нелипкое меню», «отражение национальной культуры народа», «красивая мебель, удобные диваны», «старинные стулья в стиле 19-20 веков».

Не менее важной характеристикой оказался тип посетителя. Респонденты разделились на две группы, те кто предпочитает тишину, покой, чувствует себя некомфортно в шумной обстановке. Но интроверсия не исключает хорошо развитых навыков общения в социуме, способности создавать и поддерживать коммуникации с другими людьми. «Посетители ведут себя культурно и спокойно, занимаются саморазвитием», «женщины, работающие в офисе», «простой человек, который занимается дизайном и пытается что-то рисовать пока ждет кофе», «умеет поддержать беседу, юморист, мало выпивает, много читает, смотрит качественное кино, не любит клубы», «опрятно одет, чистая обувь, культурно разговаривает», «традиционная семья, немного друзей», «возможно девушка, у которой не так уж много друзей, предпочитает спокойные, не шумные места». И тех, кому предпочтительней посещать заведения в выходные большой компанией в вечернее время. Это открытые люди, которые характеризуются интересом к массовым мероприятиям, готовностью воспринимать все. Эти люди любят шумные компании, вечеринки. «Выпивают, неформальный внешний вид, раскованность», «шумная компания, большая семья, но взаимоотношения с ней не очень близкие», «раскованный, смелый, общительный, немного безответственный бабник», «у которого всего много, занимается своим делом, или у его родителей много денег», «поведение наглое, считает, что он лучше всех».

Оценка коммуникации. Респонденты отметили, что на более частое посещение ресторана мог бы повлиять комплекс рекламы, поскольку большинство посетителей узнает о предприятиях общественного питания только благодаря социальным сетям или же от близких друзей и знакомых. Мы выявили три типа. 1) Новаторы, это люди, которые часто посещают места досугового питания. Предпочитают посещать новые заведения, ищут информацию в интернете или в городе. «Обычно бывает, что едешь в маршрутке, смотришь в окно, замечаешь неизвестное для тебя заведение и сам интересуешься, что это за место.», «Ищу сама в Интернете, иногда попадаются буклеты, иногда это телевизионные ролики». Особенностью этого типа людей, является то что, они сами являются трансляторами информации о заведении. «Так же, я сама рассказываю о местах, в которых мне понравилось, своим друзьям, которые не так часто ходят по кафе».

2) Рационалисты – это люди, которые посещают заведения несколько раз в месяц. Они хотят получать информацию о местах досугового питания и очень рады СМС и Internet рассылкам, но чаще всего ориентируются на информацию, полученную от друзей. «Информацию о заведениях я получаю различными путями: от самих сотрудников, работающих там, путем общения с людьми, которые уже посещали данное заведение. Я бы хотел ее получать смс сообщением или электронной почтой».

3) Скептики – в группу входит категория людей предпочитающая активный отдых, которая очень редко посещает места досугового питания. Телефонная и почтовая рассылка для этой категории посетителей, носит деструктивный характер. Она отпугивает от заведения, людей, которые занимаются спортом и редко посещают заведения досугового питания «Рассылки и прочие навязчивые способы доставки ненужной информации обычно приводят к тому, что я перестаю ходить в заведение, а рассылного отправляю в черный список.» Информацию они хотят получать исключительно от своих друзей или по приходу в само заведение, так как сами не являются инициаторами похода в заведение досугового питания.

Таким образом, учет общественного мнения о качестве услуг можно рассматривать как особый тип управления, направленный на сближение интересов субъектов в каждой сфере.

Предприятию общественного питания необходимо уметь привлекать посетителя, добиваться его лояльности. Для обеспечения эффективной деятельности и качественного оказания услуг PR-коммуникации формируют общественное мнение, тем самым увеличивая долю постоянных клиентов. Качественные услуги удовлетворяют не только посетителей, но и сотрудников, которые гордятся своим предприятием. Удовлетворенные сотрудники, как правило, работают более производительнее.

Посетители сами проявляют инициативу и заинтересованность в получении информации о заведении. Это свидетельствует о том, что в сознании посетителей создается функциональный имидж заведения, который стимулирует поиск сведений и конкретные модели поведения.

Список литературы

1. Белошапка, М. И. Технология ресторанного обслуживания / М.И. Белошапка. – М., 2010. – 165 с.
2. Джи, Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение / Б. Джи. - СПб., 2010. – 278 с.

УДК 339.138

А. В. Харьковская (Казань, Казанский Федеральный Университет, научный руководитель – профессор, д.н. А.М. Нагимова)

КОНЦЕПЦИЯ ПУБЛИЧНОЙ СОЦИОЛОГИИ И ОБЩЕСТВЕННОЙ МИССИИ УЧЕНОГО

Вопрос об общественной миссии ученого до сих пор остается открытым. Этот вопрос был актуален как для мыслителей античности, средневековья, так и для современных ученых. Несомненно, общенаучный взгляд на данную дилемму разнился, и соответствовал духу эпохи. Современный научный мир значительно более свободен и разнообразен, а потому представления об общественной миссии ученых разнятся.

Вероятно, рассматриваемая нами проблема в наибольшей мере касается именно специалистов в области общественных наук, особенно – социологов. Принятие роли общественного деятеля или статиста большинством ученых-социологов может в значительной мере определить развитие общества.

Одним из наиболее ярких сторонников позиции ученых как общественных деятелей является Майкл Буравой. Его работа «За публичную социологию», вышедшая в 2005 году, остается актуальной и обсуждаемой по сей день. В ней автор раскрыл наиболее важные вопросы развития научного социологического мира, внутренней структуры социологического знания и его гармонизации, положения социолога как ученого и гражданина, а также обозначил варианты дальнейшей реализации развития публичной социологии. Майкл Буравой считает, что: «...социология своей пуповиной связана с обществом, хотя, конечно, это не означает, что социология изучает только гражданское общество. Вовсе нет. Но она изучает государство или экономику с позиции гражданского общества...».

Согласно классификации Майкла Буравого, социология подразделяется на четыре различные сферы, гармонично взаимосвязанные и взаимодополняющие друг друга, а именно: прикладная социология, профессиональная социология, публичная

социология и критическая социология. В рамках данной классификации публичная социология может быть реализована различными способами, а именно:

- через непосредственное участие социологов в общественной жизни (публичные комментарии общественных событий, широкое освещение в распространенных СМИ, активное содействие группам с ущемленными интересами);
- через опосредованное участие (разработка различных общественно важных программ по решению проблем, развитию, выработка методов исследования социальных ситуаций, проведение оных, обучение новых поколений социологов);
- через неявное участие (научная деятельность теоретической и эмпирической направленности) [3].

Мы полагаем, что взгляд Майкла Буравого на проблему развития публичной социологии, безусловно, актуален не только для всего мира, но и, в равной мере, для современной России. Состояние развития гражданского общества в нашей стране все чаще описывается как кризисное. В данном случае, публичная социология может являться быстрым и актуальным решением проблемы формирования российского гражданского общества. В статье «Приживется ли “публичная социология” в России?» Майкл Буравой сравнивает пути развития публичной социологии в России и Китае. С точки зрения автора, в обеих странах разделение социологии на университетскую и академическую дает публичной социологии некое автономное, ограниченное пространство для развития. Майкл Буравой полагает, что в современной России существует ряд барьеров, препятствующих полноценному развитию публичной социологии. Автор полагает, что «...самоизоляция разрушает саму идею социологии...». Майкл Буравой полагает, что реализация идей публичной социологии в России может быть также затруднена спецификой публичной сферы в нашей стране, которая может быть более узкой, хрупкой и фрагментированной вследствие особенностей исторического развития, в частности, специфики формирования публичной сферы в СССР. Также, по мнению социолога, в России имеются как положительные, так и отрицательные коннотации понятия «публичной сферы», что также может оказывать влияние на особенности развития публичной социологии в России. Следует отметить, что в данной работе автор не дает конкретного ответа на поставленный в названии вопрос, но скорее формирует информационную матрицу, позволяющую читателю сделать вывод самостоятельно.

Список литературы

1. Буравой, М. За публичную социологию // <http://publicsphere.narod.ru/Burawoy.pdf> (дата обращения: 09.04.2016).

2. Буравой, М. Приживется ли «публичная социология» в России? // <http://cyberleninka.ru/article/n/prizhivetsya-li-publichnaya-sotsiologiya-v-rossii> (дата обращения: 09.04.2016).

3. Яскина, Е.Н. Публичная социология сегодня: основные положения // <http://ovv.esrae.ru/pdf/2013/8/999.pdf> (дата обращения: 12.04.2016).

УДК 339.138

Э.Р. Налимова (Казань, Казанский (Приволжский) Федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций, науч. руководитель – д. с. Н., проф. А.М. Нагимова)
ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО И МОЛОДЕЖЬ

Гражданское общество – одна из центральных тем, обсуждаемых сегодня в научном пространстве. В данной статье рассматривается вопрос социальной активности молодежи как одного из ресурсов построения гражданского общества. Молодежь – движущая сила государства, объект национально-государственных интересов, один из главных факторов обеспечения развития российского государства и общества. Данная социальная группа несет ответственность за сохранение и развитие страны, за преемственность исторического и культурного наследия, за возрождение своего Отечества [1].

Молодежь характеризуется как социально-демографическая группа, выделенная на основе возрастных характеристик и отличающаяся от других социальных групп своими: положением в обществе, ценностями, интересами, потребностями. Молодежный возраст большинство социологов определяет с 15 до 29 лет включительно. С.И.Иконникова и В.Т.Лисовский, рассматривая молодежь как поколение, считают, что существенным признаком поколения является не только возраст, но единство убеждений, целей, общность переживания и отношения к жизни. С возрастом поколение не утрачивает социальных черт, воспитанных эпохой. Общность убеждений, интересов, ценностей, стремлений, симпатий – важный показатель позиции молодежи в обществе.

В статистическом сборнике «Молодежь в России. 2010», изданном Федеральной службой государственной статистики и Детским фондом ООН (ЮНИСЕФ) говорится, что в России проживает 33 миллиона молодых граждан, то есть каждый четвертый житель [2].

Молодежь, как правило, отличается нестабильностью, а также тем, что находится в переходном состоянии. Современные процессы нашей жизни лишь усиливают существующее положение вещей. В этот период экономическая самостоятельность еще не достигнута, жилищный вопрос не решен, трудовая деятельность, если имеется, то чаще всего нестабильна.

Молодость – это время для активности, инициативы, совершенствования, стремления к новому. Современная же молодежь, по результатам исследований, чаще характеризуется пассивностью, аполитичностью, нравственной дезориентацией. В доказательство, более 40% молодых россиян объясняют свою пассивность тем, что им «сейчас не до гражданской активности, так как важнее всего выжить, завершить учебу, найти работу» [3].

В свою очередь, потребность у молодежи в самоопределении и самореализации воплощается в их социальной активности, что позволяет говорить о становлении гражданского общества. Конечно, на сегодняшний день, доля занятых в участии в различных политических, социальных акциях, организациях и мероприятиях небольшая (даже если обратиться к анализу количества участников в молодежных общественных организациях).

Российская ситуация такова, что своими средствами власти стремятся подогреть интерес молодежи к активизму, раскрытию потенциала, энергии. В связи с этим осуществляются определенные меры, разрабатываются механизмы контроля, консервации, управления молодежи.

С другой же стороны, существуют определенные негосударственные объединения, преследующие интересы индивидов и общества. К примеру, опыт города Казани показывает наличие и функционирование подобных институтов гражданского общества. Речь идет о молодежных общественных организациях: Казанский центр студенческих трудовых отрядов, Казанский совет студенческого самоуправления ссузов Республики Татарстан, Ассоциация иностранных студентов и аспирантов (АИСА), Местная Казанская общественная организация «Молодежь Казани», Центр спортивных болельщиков города Казани [3].

Данные организации отмечаются определенной стабильностью (по сравнению с государственными, которые претерпевают структурные изменения, реформирование и так далее), они позволяют удовлетворять потребности молодежи в различных сферах жизни общества, и их деятельность отмечается высокой степенью эффективности.

Таким образом, по нашему мнению, для запуска механизма гражданского общества, для активации социальной активности молодого поколения, необходимо создавать определенные «гражданские» условия для возможности самоуправления и самоорганизации. Необходимо, в частности, содействовать укреплению потенциала молодежных общественных организаций в реализации современных проблем молодежи.

При формировании молодежного гражданского общества и выработке определенной гражданской позиции необходимо

учитывать интересы данной группы. Воспитание гражданина возможно при наличии ценности свободы, взаимопомощи, ответственности. Молодежь как системообразующая социально-демографическая группа способна построить новое качество жизни и создать идеалы гражданского общества будущего[2]. От молодежи должна исходить свободная гражданская инициатива. Так возможно построение гражданского общества и его способности к самоуправлению и самоорганизации при решении социальных проблем.

Помимо прочего, стало бы полезным и возможность применения опыта краудсорсинга для стимулирования ресурсов гражданского общества с дальнейшим развитием его социальной базы. Внедрение механизма лоббирования интересов представителей данной группы (а значит общества и государства) может содействовать социальному развитию молодежи, способности повысить уровень качества жизни, создать благоприятные условия существования.

Таким образом, считаем справедливым отметить, что главным в успешном развитии гражданского общества является – активация имеющихся молодежных общественных организаций, движений, привлечение новых членов в их ряды за счёт открытости и доступности информации о них, освещения их деятельности, популяризации подобных практик и пропаганды. Все это будет способствовать молодежной социализации, мобилизации сил, раскрытия потенциала молодежи, преодолению ее аполитичности, возрождению политической культуры, нравственного развития общества в целом и укрепления гражданского общества.

Список литературы

1. Концепция государственной молодежной политики в Российской Федерации. М.: Правительственная комиссия по делам молодежи, 2001.
2. Щенина О. Г., Молодежь в современной России URL:<http://www.socprob.ru/index.php?option=com> (02.04.2016 г.).
3. Молодежные общественные организации города Казани URL: <http://www.kzn.ru/old/page16017.htm> (02.04.2016 г.).

УДК 339.138

О.Э. Батина (Тольятти, Тольяттинский государственный университет, научный руководитель - д.ф.н, доцент И.В. Цветкова)
УРОВЕНЬ ЭТНИЧЕСКОЙ ТОЛЕРАНТНОСТИ ЖИТЕЛЕЙ КРУПНОГО ГОРОДА (НА ПРИМЕРЕ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В ТОЛЬЯТТИ)

XXI век характеризуется активным взаимодействием стран и народов, с целью взаимообогащения культур. Современные процессы

глобализации, изменившие культуру, экономику и политику приводят к проблеме возникновения нетерпимости, результатом которой является отказ в объединении этносов. В этой ситуации возрастает проблема совместного сосуществования различных этнических и социальных групп, приобретает актуальность проблем толерантности.

Вследствие трансформации российского общества, его интеграции в мировое пространство, снижения согласия и терпимости в социуме возникает потребность в анализе социальных и культурных предпосылок толерантности.

Толерантность – особое качество личности, характеризующее его активную нравственную позицию, состоящую во взаимодействии с людьми независимо от их этнической, культурной, религиозной, социальной принадлежности. Проявление толерантности, которое созвучно уважению прав человека, не означает терпимого отношения к социальной несправедливости, отказа от своих убеждений. Это означает, что каждый свободен придерживаться своих убеждений и признает такое же право за другими.⁵

Целью данного исследования являлось получение социологической информации, отражающей уровень этнической толерантности горожан и ее значимость в их жизни.

Объектом исследования являются жители г.о. Тольятти.

Исследование носит пилотажный характер, поэтому выборочную совокупность в размере 100 человек можно считать достаточной. Тип выборки – квотная, пропорциональная выборка. Основным критерий разделения респондентов – это возраст. Было выделено две возрастные группы: 18-25 лет и 35-50 лет. Помимо возраста учитывались пол, национальность и уровень образования.

Предметом исследования является уровень этнической толерантности жителей г.о. Тольятти.

По данным социологического опроса удалось выяснить, что больше половины опрошенных (56%) считают, что в районе их проживания существует проблема нетерпимого отношения к людям другой национальности. Чаще всего со случаями нарушения достоинства человека из-за его национальной принадлежности респонденты видели по телевизору или в сети Интернет (41%) или наблюдали это лично (53%). Чаще всего свидетелями таких конфликтов участники опроса сталкивались в магазине и других общественных местах (27%) или же на улице и во дворе (27%). Полученные результаты могут свидетельствовать о низком уровне толерантности к представителям других национальностей.

Что касается межнациональных отношений внутри страны, то участники опроса считают, что межнациональные отношения

⁵ Декларация принципов толерантности ЮНЕСКО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.tolerance.ru/declar.html

постепенно ухудшаются (51%), такого мнения придерживается 60% женщин. Лишь 10% респондентов считают, что отношения улучаются. Исходя из полученных данных, можно говорить о реальном существовании проблем в сфере межнациональных отношений.

Кроме того, обеспокоенность значительной части респондентов ситуацией в сфере межнациональных отношений в г.о. Тольятти прежде всего обусловлена нарастанием миграционных потоков. На вопрос «Возникают ли у Вас опасения по поводу увеличения в нашем городе количества мигрантов (приезжих)? Если да, то какие?» всего лишь 11% опрошенных отметило, что опасений не возникает.

Предполагалось, что мужчины обращают внимание на национальную принадлежность меньше и уровень их толерантности соответственно выше, чем у женщин. Данную гипотезу удалось подтвердить с помощью вопроса о том, «как чувствуют себя респонденты при общении с представителями других этнических групп». Выяснилось, что среди мужчин 4/5(84,2%) чувствуют себя скорее комфортно или абсолютно комфортно. В то время как среди женщин только 3/5 (64,5%) чувствуют себя комфортно.

Так же респондентам был предложен ряд суждений, среди которых были как позитивные, так и негативные. Стоит отметить, что 56% женщин выбрали негативные суждения, в то время как среди мужчин 31%. Так же немало важно, что 26,2% женщин считают, что Россия должна быть страной для русских.

Что касается возрастных характеристик, то данное суждение отмечало чаще взрослое поколение (26%), чем молодежь (20%). Если сравнивать общее число позитивных и негативных суждений, то молодое поколение отмечало положительные суждения чаще (135%), чем зрелое поколение (104%), что опровергает предложенное на подготовительном этапе гипотезу о том, что уровень толерантности старшего поколения выше, чем молодого.

Если сравнивать респондентов по уровню образования, то люди с высшим и незаконченным высшим образованием придают значение национальности меньше (52%) чем люди с общим, средним и средним профессиональным образованием (71%).

Так же, люди с общим, средним и средним профессиональным образованием чаще (47%) чем респонденты с высшим и незаконченным высшим (29%) негативно реагируют на то, что в их доме/городе живут люди другой национальности. Полученные данные подтверждают гипотезу о том, что уровень образования положительно влияет на толерантность человека. Люди с высшим образованием в большей степени проявляют толерантность по отношению к представителям других национальностей.

Результаты, полученные в ходе исследования, свидетельствуют о том, что проблема в сфере межнациональных отношений существует и

на сегодняшний день является актуальной. На уровень этнической толерантности оказывает воздействие ряд факторов, в число которых входят пол, возраст и уровень образования. Таким образом, современные процессы глобализации и преобразование российского государства поставили на повестку дня переход к новому толерантному типу социальных и социально-правовых отношений. Для его осуществления необходимо формирование и массовое воспроизводство такого типа личности, который характеризовался бы развитой правовой культурой, одним из важнейших элементов которой является культура толерантности.

Список литературы

1. Лиджиева, И.В. Этническая толерантность как фактор формирования гражданского общества в полиэтническом регионе / И.В.Лиджиева // Вестник института. – 2012. – № 1(24). – С. 90-93.
2. Кулаченко, М.П. Этническая толерантность – как объективная потребность современного общества / М.П.Кулаченко. – Орел: ОГУ им. И.С. Тургеньева, 2015. – С.3.
3. Декларация принципов толерантности ЮНЕСКО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.tolerance.ru/declar.html

УДК 339.138

Н. Г. Каримова (Казань, Казанский (Приволжский Федеральный Университет, научный руководитель – д.с.н., к.п.н. А. М. Нагимова)
ПАССИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ ГРАЖДАН КАК НЕДОСТАТОЧНЫЙ РЕСУРС ДЛЯ ПОЯВЛЕНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Понятие «гражданское общество» не мыслится без участия в нем человека и власти. Само по себе гражданское общество должно сосуществовать отдельно от государства, но непрерывно с ним взаимодействовать. То есть между людьми и государственной властью постоянно происходит взаимовлияние и, как следствие, происходит развитие разнообразных общественных структур демократического типа общества. Российская Федерация относится к числу демократических государств, но сказать о том, что в стране присутствует развитое гражданское общество, которое способно выдвигать общественно-значимые проблемы, могут не многие. И социальная активность граждан, их общественный интерес играет, чуть ли не самое важное значение в становлении гражданского общества и влиянии его на властные структуры.

1 декабря 2015 года Фонд борьбы с коррупцией представил фильм «Чайка», который содержал информацию о расследовании бизнеса и криминальных связях сыновей генерального прокурора России – Артеме и Игоре Чайка. [1] Видеофильм был выставлен на популярном

видеохостинге YouTube и за 4 с небольшим месяца набрал около пяти миллионов просмотров. Конечно, это не все население России, но достаточно много, для того чтобы вызвать вопросы, споры и ажиотаж среди общественности. Об этой ситуации задали вопрос на пресс-конференции Президента Российской Федерации 2015 года, но суть изучения не в характере отношения власти к данной тематике, а скорее общества. Позже, на том же видеохостинге было представлено видео, который содержал опрос населения о мнениях по поводу данного расследования и возможных дальнейших действиях граждан. Превалирующее большинство отвечающих на вопрос о том, можно ли как-то разрешить данную ситуацию, говорили, что это невозможно. Этот факт говорит о том, что позиция граждан к развитию общества довольно пассивна. Своего участия в решении проблем большинство граждан не видит.

Наглядно проявляется массовая пассивность граждан и по отношению к проводящимся выборам. Из всех стран, называющих себя демократическими, только в России наблюдается феномен, когда власть выбирает сама себя [2]. Гражданам предоставляются способы навязывания выбора власти, также большинство, достигшее выборного возраста, отказывается идти на выборы, оправдываясь тем, что «это ничего не изменит/ не решит».

Более 50% опрошенных граждан РФ, в исследовании, проводившемся национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики», посчитали, что «сегодня в России трудно быть общественно активным человеком» [3].

Нужно сказать о том, что и положительные примеры построения и существования гражданских общественных групп так же присутствуют, в частности, в Республике Татарстан. С 2010 года в г. Казань инициативная группа жителей реализовала социальный проект «Город без преград». Цель своей деятельности они определили, как «улучшение качества жизни инвалидов и иных маломобильных групп населения посредством комплексной адаптации среды» [4]. Своими действиями они пытаются сформировать новое отношение к инвалидам, учитывать и интересоваться потребностями граждан с ограниченными возможностями. Так, один из их проектов, который они создали – интерактивная карта, под названием «Казань недоступная». Это своеобразная, интерактивная карта обозначена метками, которые дают понять, возможно ли то или другое место для благоприятного передвижения. Различные части (дороги, пешеходные переходы и т. п.) города обозначаются метками с определенным цветом (зеленый – доступно, красный – не доступно, желтый – средней доступности). Любой человек может посмотреть её, а также сфотографировать и добавить метку с описанием, тем самым сделав вклад в общественное дело.

На пути к гражданскому обществу главным компонентом является активная личность, которая в коллективе единомышленников готова выступать с требованиями и пожеланиями. Пока сами граждане Российской Федерации не поверят в свои силы, изменений к лучшему и движения к государству, приближенного к идеалу, не будет. Такой личности должны быть присущи воля, гражданская позиция, способность к конструктивному диалогу с другими членами общества.

Список источников

1. Сайт ФБК <https://chaika.navalny.com/>
2. Катушов К. П., Мунянова Б. М. Через выборы к гражданскому обществу Электронный ресурс: <http://elibrary.ru/download/47842080.htm>
3. Мониторинг состояния гражданского общества, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» Электронный ресурс: <https://www.hse.ru/monitoring/mcs/informmcs>
4. Сайт национальная премия гражданская инициатива, Город без преград <http://premiagi.ru/initiative/801>

Раздел 2. Роль гражданских объединений в решении проблем общества

УДК 339.138

Д.А. Абрамова, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)
ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА НА РАЗВИТИЕ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ

Развитое гражданское общество является важнейшей предпосылкой построения правового государства. Гражданское общество — это система внегосударственных общественных отношений и институтов, дающая возможность человеку реализовать его гражданские права и выражающая разнообразные потребности, интересы и ценности членов общества. Среди условий становления гражданского общества Ж.Ж. Руссо выделил решение проблем конфронтации имущих с неимущими. В российском обществе наблюдается сильный разрыв между бедными и богатыми, который становится барьером в становлении справедливого гражданского общества.

Современное понимание проблемы социального неравенства связано с изучением процессов социальной интеграции и дезинтеграции. Социальная интеграция — процесс гармонизации отношений между различными социальными группами, их объединение вокруг актуальных проблем функционирующего гражданского общества. Противоположный процесс социальная дезинтеграция проявляется в исчезновении единых социальных ценностей. Полная социальная дезинтеграция разрушает систему общественных отношений. Становление гражданского общества в России связано с важными изменениями в социальной структуре. Новая социальная структура характеризуется крайней неустойчивостью. Происходит перестраивание механизмов стратификации, возникает множество маргинальных групп с неопределенным статусом, складываются возможности для формирования среднего класса [1, с. 33].

Цель данной статьи — выявить влияние социального неравенства на развитие гражданского общества в России. Для реализации этой цели мы провели социологическое исследование «Семья как фактор социальной мобильности учащейся молодежи» среди студентов ульяновских вузов и ссузов. Выборка анкетного опроса составила 360 человек.

По результатам исследования было выяснено, что для половины студентов (52%) материальная обеспеченность является важной ценностью и стоит на третьем месте по важности после крепкой семьи и здоровья. Каждая четвертая семья имеет низкий доход и затрудняются в покупке необходимых товаров, и только пятая часть семей может позволить себе покупку дорогих вещей. Проведение корреляционной зависимости между уровнем жизни студентов и их учебными результатами показало, что более успешными являются студенты из семей со средним достатком. По сравнению с другими студентами, они чаще учатся на отлично и имеют награды за особые успехи в учебе. Объяснить это можно тем, что образование воспринимается представителями данной экономической страты как один из немногих ресурсов, который поможет им достичь более высокого положения.

Обобщенный анализ результатов социологических исследований показывает, что социальная структура в современной России имеет следующую структуру [2]. Примерно четверть россиян являются малообеспеченными. Треть российского населения может считаться аналогом формирующегося среднего класса. Доля промежуточного слоя, еще не ставшего средним классом, но вместе с тем успешно выживающего, зависит от определенного региона.

Критическое неравенство российского общества приводит к тому, что дезинтеграция социальных слоев становится фактором, тормозящим развитие гражданского общества. К такому выводу пришли

социологи Института комплексных социальных исследований РАН под руководством Н.Е. Тихоновой [3, с. 24].

Н.Е. Тихонова предложила классификацию социальных сетей, через которые происходит интеграция российских граждан, и выделила три формы их реального функционирования в жизни индивидов: 1) включенность в сети повседневных контактов (шкала «доверие и помощь» – поддержка близких, друзей, коллег); 2) включенность в институционализованные сети (шкала «ассоциации» – включенность в организации, партии, клубы); 3) наличие связей как особой формы сетей (шкала «связи» – использование знакомств, обеспечивающих доступ к высокоэффективным и дефицитным ресурсам) [3, с. 28]. Большинство граждан России включены в *сети неформальных дружеских контактов* (шкала «доверие и помощь»); лишь 11% респондентов продемонстрировали низкий уровень владения данной формой интеграции.

В *институционализованные социальные сети* с разной степенью интенсивности включены лишь 15% россиян; причем, на высоком и среднем уровнях – около 3%. Данный результат совпадает с показателями членства россиян в ассоциациях, некоммерческих организациях. *Социальная интеграция через «связи»* демонстрирует высокую корреляцию с уровнем жизни респондентов: если в целом включенность в шкалу «связи» составляет 16%, то среди представителей 2-х верхних страт – 76% [3, с. 31]. Социальный капитал в форме связей более эффективен, чем в форме дружеской помощи; при этом, он тесно коррелирует с материальным положением.

Итак, в современном российском обществе наблюдается отчетливо выраженная тенденция к дезинтеграции социального пространства. Наиболее частые формы дезинтеграции — распад или исчезновение общих социальных ценностей, общей социальной организации, институтов, норм и чувства общих интересов. Одним из следствий изменений социальной структуры является отслоение малообеспеченных групп населения от общества, рост недоверия к другим людям и общественным институтам, что негативно влияет на формирование и становление гражданского общества в России.

Необходимо реформировать систему социальной поддержки бедных и малообеспеченных слоев населения, разрабатывать стратегии и программы, направленные на учет разносторонних интересов различных групп общества, а также поиск эффективных идей, вокруг которых могут интегрироваться как бедные, так и богатые.

Список литературы

1. Смирнова, Н.В. Социально-экономические аспекты трансформации социального неравенства в современной России / Н.В. Смирнова // Социально-гуманитарные знания. – 2009. – №8. – С. 32-41.

2. Смирнова, Н.В. Динамика социального неравенства в современной России / Н.В. Смирнова // Общество: политика, экономика, право: научный ежегодник. — 2008.-Вып. 2. — С. 57-64

3. Тихонова, Н. Е. Социальный капитал как фактор неравенства / Н.Е. Тихонова // Общественные науки и современность. — 2004. —№ 4. — С. 24-35.

УДК 339.138

**С.Н. Азадова, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)
КЛУБЫ ЛЮБИТЕЛЕЙ КИНО КАК ФОРМА ГРАЖДАНСКИХ ОБЪЕДИНЕНИЙ**

В современном обществе из всех видов искусства кино занимает уникальное место. Оно способно охватывать почти все сферы общественного сознания. Кино имеет возможность воздействия на широкую зрительскую аудиторию, может продуцировать в обществе определенное восприятие норм, а также модели поведения. Кино вызывает живой интерес у различных социальных групп. В вопросах кинематографии люди делятся по определенным предпочтениям: кто-то любит смотреть боевики, кто-то смотрит только комедии или мелодрамы, а кто-то не имеет определенного любимого жанра и смотрит всё подряд. Все эти люди составляют гражданское общество.

Существует много проблем гражданского общества, важнейшими из которых являются – мобилизация населения на решение различных проблем, а также сохранение объединяющих ценностей, таких как: солидарность, социальная ответственность, уважение к жизни и достоинству человека. При этом большая часть молодых людей не включена в активную жизнь общества, хотя существует много различных общественных объединений людей по интересам, в которых они могут делиться опытом и идеями, проявлять солидарность и общаться. Одно из таких объединений – клуб любителей и ценителей кино. *Киноклуб* – это форма самоорганизации зрителей с целью удовлетворения познавательных эстетических потребностей, самодеятельное добровольное объединение любителей киноискусства [1].

Клуб любителей кино - это возможность посмотреть и обсудить совместно с другими участниками понравившийся или просто чем-то затронувший фильм. *Актуальность* данной темы обусловлена следующим обстоятельством: любительские объединения по интересам – новый формат общения молодежи друг с другом, естественный способ приобщения их к творчеству. Их отличает, прежде всего, добровольность, свобода общения, свобода выбора форм работы (интересные встречи, чаепития и вечера отдыха, групповые занятия, привлечение профессионалов для консультаций и проведения встреч)

как онлайн, так и офлайн. Киноклубы – это то место, где люди могут общаться друг с другом, где можно получить совет специалиста о том, какой фильм стоит смотреть или на что в фильме обратить внимание. Обсуждение искусства было и будет, пока у нас существует право на выбор духовных источников.

Цель статьи – выяснить отношение молодежи к творческим объединениям, на примере кино клубов, и их роли в решении важных проблем. Для реализации этой цели в 2016 г. нами проведено исследование «Влияние кинематографа на жизненные ориентации молодежи». Опрошено 364 респондента – студенты вузов, колледжей и учащиеся старших классов.

Респондентам был задан вопрос «Знаете ли Вы кино клубы в нашем городе?». Более половины опрошенных не знают о таких творческих объединениях; около 40% ответили, что знают и имеют представление о клубах. Участие в работе кино клубов невысокое: всего 5% участвовали хотя бы по одному разу. Как видно из исследования, большинство опрошенной молодежи областного центра вовлечено в кино клубы. Почему это происходит? Кино клубы – не входят в так называемые «модные тенденции» современной молодежи. Просмотр фильма для молодых людей – это привычное явление, с которым они могут поделиться с друзьями и близкими, но обсуждение на более высоком уровне не входит в их планы.

Еще одной причиной выступает недостаток информации о таких клубах, низкий уровень их продвижения. Но, тем не менее, с каждым такое бывает: после просмотра от фильма может оставаться достаточно долго. Хочется им поделиться, понять, что это было, раскрыть ноты, зазвучавшие после просмотра. Кинофильм, как любое художественное произведение имеет множество слоев и подтекстов, он способен ответить на многие вопросы и решить многие проблемы.

В ходе опроса мы выяснили, какие проблемы волнуют современную молодежь. Рейтинг «проблемных зон» молодежи выглядит следующим образом: на 1-м месте – преодоление тяги к алкоголю и курению; трудности в учебе и профессиональном становлении (48-50%); на 2-м месте – проблемы отношений со второй половинкой, преодоление Интернет-зависимости (42-43%); на 3-м месте – борьба со скукой, депрессией, а также с наркозависимостью (25-30%). Все проблемы, названные молодыми людьми, связаны с условиями жизни, традициями и привычками в семье, а также они ярко представлены в российских фильмах. Хорошие, умные фильмы могут помочь молодым людям сформировать жизненные цели и стратегии поведения. Чем старше возраст молодежи, тем больше уверенность в этих источниках. При этом, в разных возрастных сегментах молодые люди демонстрируют невысокий уровень опоры на себя в жизни, а к фильмам обращаются за советами не более трети молодежи.

Совместный просмотр и дальнейшее обсуждение позволяет значительно расширить восприятие даже самого незамысловатого фильма. При всей так называемой объективности мира наше восприятие субъективно. Делясь с другими, мы взаимно обогащаемся, расширяя свою картину мира. Содержание фильма раскрывается гораздо глубже, разворачивается многоплановость кинокартины, продукт киноиндустрии становится настоящей терапией и наставником.

Киноклубы имеют свое представительство в социальных сетях, но, к сожалению, в офлайн-коммуникациях пока их мало. Как правило, в социальных сетях обмениваются своими мыслями люди, имеющие непосредственное отношение к киноискусству; другим там не всегда интересно. Недавно в Ульяновске стартовал артпроект «Киноклуб: культура, образование, коммуникации» [2]. Цель проекта – сделать кино доступным для жителей малых населенных пунктов, разнообразить их досуг, дать возможность всем жителям области смотреть хорошее качественное кино, обсуждать друг с другом как новые, так и уже ставшие классикой кинофильмы. У большинства кинотеатров областного центра существуют свои киноклубы. Реализация проекта должна помочь сделать их жизнеспособными объединениями.

Таким образом, молодежь слабо заинтересована в посещении клубов любителей кино, но фильмами интересуется – российскими и зарубежными. Важно донести до молодежи пользу киноклубов; возможность создания каталога лучших фильмов по версии молодых зрителей. Киноклуб — надежная и эффективная форма социального общения и воспитания зрителей, ведь ни одно другое искусство не знает подобного самостоятельного объединения.

Клубы приучают человека к социальной активности, прививают культуру общения. Установка на сотрудничество формирует другую привычку — примерять к себе разные роли, учиться отвечать за свою жизнь. Кино — коллективное искусство и по способу производства, и по формам приобщения к нему. Киноклубы должны работать не только в реальной жизни, но и в виртуальной. *Создание виртуального сообщества кинолюбителей* с помощью новых медиа будет способствовать увеличению доли молодежи, использующей кино в саморазвитии, самопознании, самоутверждении.

Список источников

1. Российский зритель хочет больше разного кино, но с комфортом: — [Электронный ресурс] // Независимый исследовательский проект MovieResearch.2006-2014. URL: <http://www.movieresearch.ru/news/109> (дата обращения: 18.02.2016).
2. <http://ulpressa.ru/2016/02/18/v-ulyanovskoy-oblasti-startoval-partproekt-kinoklub-kultura-obrazovanie-kommunikatsii/>

УДК 339.138

М.Н. Толубаева, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ФОРМЫ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ РОССИЙСКИХ СЕМЕЙ В КОНТЕКСТЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Жизнедеятельность семьи подвергается значительной трансформации и изменениям, вследствие которых появляются новые формы социальной активности, осваиваемые семьями в современном гражданском обществе.

Процессы трансформации образа жизни в первую очередь затронули такую важную его составляющую, как форму социальной активности семьи. Ведь постепенный рост благосостояния российских семей дает возможность осваивать новые способы овладения знаниями, культурными ценностями, современными технологиями работы с информацией, в дальнейшем определяющими когнитивный и культурный уровень семьи [1, с.78].

Переход современной семьи к образу жизни, при котором реализация традиционных форм активности дополняется развитием информационной культуры в самом широком смысле – является важнейшей задачей общественного развития, без которой не возможен прогресс духовной культуры и социальной интеллектуализации семей гражданского общества России. *Целью нашей статьи* является изучение характера социальной активности российских семей в рамках гражданского общества.

Основными компонентами социальной активности большинство исследователей считает самостоятельность, ответственность и инициативность в достижении общественно значимых целей. В социологическом словаре *социальная активность* определяется как: мера социальной преобразующей деятельности, основанной на осознании внутренней необходимости действий, цели которых определяются общественными потребностями.

Возникают новые формы инициатив гражданского характера, в которых участвуют целые поколения российских семей. Весной 2012 года, в преддверии Дня Победы, в СМИ и ресурсы Интернета стремительно ворвалась тема «Бессмертного полка». Инициаторами стали томские журналисты – Игорь Дмитриев, Сергей Колотовкин и Сергей Лапенков. Так появилась гражданская инициатива высокого патриотического звучания — «Бессмертный полк», которая в год 70-летия Победы охватила подавляющее большинство российских регионов и населенных пунктов [2, с.58].

Акция приобрела всероссийский масштаб; а сейчас ее с воодушевлением восприняли и единодушно оценили, как необходимую гражданскую инициативу, российские семьи, живущие за рубежом. Мероприятие объединяет поколения семей и отдает дань памяти

советским людям, победившим фашизм. Инициатива «Бессмертного полка» соответствует необходимости создания почвы для социальной солидарности в России, которая характеризует гражданское общество. Появившись из глубины человеческого капитала и памяти, она стала общей идеей, объединившей семьи с разным достатком и принадлежащие к разным национально-этническим культурам.

Ведущими мотивами реализации отношений гражданского общества являются стремления субъектов добиться равенства, открытости, уважения и на этой основе включиться в организационные формы, способствующие социальной интеграции. Идентификация гражданского общества, характеризующегося общественным консенсусом в конкретных территориальных границах, возможна на основе самодеятельности граждан, доверия и солидарности с социально значимыми идеями [3, с. 193].

В рамках реализации целей нами было проведено исследование «Семья как фактор социальной мобильности». Выборка анкетного опроса составила 360 семей Ульяновской области.

В ходе исследования мы определили наиболее популярные формы социальной активности семей. Различные формы гражданского участия и интеграции воспринимаются семьями, как возможность принести пользу людям (51%) и решить социально-значимые вопросы (41%; таблица). Для молодежи общественная деятельность является способом реализации собственных идей (25%). Респонденты используют участие в общественной деятельности как способ накопления социального капитала: социальные сети помогают этой активной возрастной группе заменить недостающие формы капиталов и достичь поставленных целей через полезные связи и знакомства. У населения региона не сформирован должный уровень гражданской идентификации и ответственности за происходящее на конкретной территории, что усиливает потребительское отношение к обществу

Респонденты в большей степени участвуют в озеленении территории (45%) и принимают активное участие в субботниках по месту жительства и работы (65%). Этот показатель свидетельствует о преобладании индивидуального характера гражданского участия, т. е. проявлении частной инициативы. Инженерно-технические работники (30%) и менеджеры среднего звена (37%) чаще принимают участие в митингах и сборах подписей, с целью изменить свое положение в обществе, создать оппозицию действующей власти. 27% молодых семей в возрасте от 20 до 24 лет принимают участие в акциях против наркотиков и алкоголя.

При этом на вопрос: «Как вы проводите семейный досуг в выходные дни?» многие выбрали ответ: «Редко проводим время вместе». Такой вариант составляет почти 40% ответов; 35% опрошенных предпочитают проводить свой досуг дома за совместными

занятиями с семьей; ходят вместе в кафе, кино и на другие культурные мероприятия 25%.

Таблица. Восприятие семьями различных форм гражданского участия (в процентах от числа опрошенных, n=360)

	Всего	тип населенного пункта (город)			
		Круп.	Сред.	Мал.	Поселок
Возможность принести пользу людям	51	46	57	47	60
Реализация собственных идей	16	18	16	16	14
Полезные знакомства и связи	18	18	17	18	18
Решение социально-значимых вопросов	41	39	43	52	38
Участие в жизни коллектива	27	25	47	34	22
Общение с разными людьми	25	25	26	27	24
Способ решить свои проблемы	9	8	9	9	10

Важно также отметить, что характер взаимоотношений между членами семьи играет важную роль в ее социальной активности. Из опроса видно, что у половины семей (51%) сложился *ровный характер* отношений: ответили, что живут в нормальной семье, где обсуждаются только основные вопросы. Более трети (39%) ответили, что считают свою *семью дружной*, всегда общаются на разные темы, обсуждают проблемы и помогают друг другу. Десятая часть семей (10%) считает, что у них в семье каждый сам по себе, обсуждать проблемы не принято; это становится почвой для скрытых и открытых конфликтов.

Вывод. Социальная активность в гражданском обществе является важным фактором развития не только социума, но и семьи – его малой ячейки. Российская семья переживает сложный этап, поэтому любые формы ее социальной активности укрепляют семейные отношения, систему ролей в семейной жизни.

Список литературы

1. Аймалетдинов, Т.А. Изменение образа жизни семьи в условиях информатизации общества / Т. А. Аймалетдинов // Социология. – 2009.– №1(43).–С.77-85.
2. Губский, В.В. Журналистская инициатива «бессмертный полк» в аспекте формирования гражданского общества / В.В.Губский // Журналистский ежегодник. –2012.–№1.–С.58-61.
3. Каюмова, Л.Х. Социальный капитал некоммерческих организаций как индикатор состояния гражданского общества / Л.Х. Каюмова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2015. – №1. – С. 193-203.

УДК 339.138

В.Н. Романова, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

УЧАСТИЕ ВОЛОНТЕРОВ В ОРГАНИЗАЦИИ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Участие в волонтерской деятельности граждан способствует самореализации и самосовершенствованию, дает возможность получить новые знания и опыт, особенно для молодых людей. А также предоставляет возможность почувствовать себя социально значимым и социально полезным. Государству волонтерский труд помогает эффективнее решать задачи, стоящие перед обществом. Развитие волонтерства способствует развитию гражданского общества, служит повышению роли организаций и положительно влияет на социальное и экономическое развитие общества. Все это обуславливает актуальность данной статьи.

В факторном анализе волонтерской деятельности выделяются три взаимосвязанных фактора – 1) мотивация, которая побуждает и направляет человека к ее осуществлению; 2) способы осуществления деятельности; 3) достигаемые посредством этой деятельности результаты. А.Н. Леонтьев утверждал, что за соотношением деятельности открывается соотношение мотивов. Он утверждал, что реально мы всегда «имеем дело с особенными деятельностями, каждая из которых отвечает определенной потребности, стремится к предмету этой потребности, угасает в результате ее удовлетворения и воспроизводится вновь – может быть уже в совсем иных, изменившихся условиях» [1;56]. Поэтому своеобразие потребностей и мотивов волонтеров обуславливает характер и результативность волонтерской деятельности, ее значимость в обществе.

Целью нашей статьи является исследование мотивов, составляющих содержание мотивационного компонента волонтерской деятельности на спортивных мероприятиях, пути повышения их эффективности в структуре гражданского общества. Для реализации этой цели нами проведено качественное исследование методом глубинного интервью на тему: «Отношение городского населения к крупным спортивным мероприятиям». Респондентами стали участники международного спортивного мероприятия «Чемпионат мира по хоккею с мячом 2016» в Ульяновске; объем выборки составил 20 человек в возрасте от 18 лет и старше. Результаты исследования отношения жителей к крупным спортивным мероприятиям являются эмпирической базой, лежащей в основе изучения современного состояния международных событий в сознании населения.

Волонтер, или доброволец, – это тот, кто по своему желанию берется за выполнение какого-либо дела [2;98]. История России показывает, что в волонтерской работе всегда участвовали широкие

слои населения независимо от профессии, доходов и уровня образования. Членство в волонтерских движениях не имеет религиозных, возрастных, расовых, гендерных ограничений. Можно утверждать, что волонтерская деятельность направлена на построение социально ответственного общества, путем оказания необходимых гражданам социальных услуг. В основе ее лежит альтруизм, бескорыстие, благородство, гласность, гуманизм, добровольность, законность, милосердие, отзывчивость, самоотверженность, сострадание и человечность.

Волонтерами на чемпионате мира по хоккею с мячом чаще всего были студенты различных учебных заведений, принадлежащие к разным возрастным и социальным группам. Активная группа волонтеров старалась с пользой провести свой досуг и получить массу положительных эмоций от каждого действия в ходе чемпионата. *«Я люблю спорт и считаю его очень полезной частью жизни человека»* (студентка, 20 лет). *«Занятия спортом увеличивают не только физическую силу, но и духовную»* (студентка, 19 лет). Для активных молодых людей волонтерство – возможность принять участие и увидеть изнутри крупное мероприятие, создание новых социальных контактов, получить опыт работы в больших группах.

Респонденты пассивной группы обычно находятся дома, сидя за компьютером, и крайне редко посещают культурно-досуговые учреждения. *«Свободное время я предпочитаю проводить в отсутствие спорта»* (студент, 22 года). Пассивные волонтеры отмечают только возможность присутствия на мероприятии в данное время в данном месте. *«Спортивное мероприятие — это круто, но, если я сижу на трибуне»* (студентка, 19 лет).

На имеющемся накопленном опыте, респонденты выявили признаки идеального крупного спортивного мероприятия: *«наличие достаточного количества мест, порядок и чистота»* (студентка, 21 год); *«отсутствие очередей и давки, контроль за порядком, и также важен хороший настрой болельщиков»* (студент, 22 года); *«для чемпионата важно участие спортсменов мирового уровня»* (студент, 18); *«наличие торговых палаток с атрибутами болельщика, сувенирами, а так же горячими напитками, праздничная атмосфера»* (студентка, 19 лет).

На эмоциональном уровне абсолютно каждый из участников чувствовал *гордость и радость* за то, что он принимает участие в таком крупном событии и добровольно предлагает свою помощь в организации. *«Я безумно рада, что такое крупное событие происходит именно в нашем городе»* (студент, 23 года). *«Наш город стал лучше во время чемпионата, и я горжусь собой, потому что принимаю в этом участие не просто в роли зрителя, но и в роли волонтера»* (студентка, 18 лет).

Следует подчеркнуть, что потенциал жителей в привлечении их к волонтерству использован только на треть. Анализ интеграции социальных групп вокруг гражданских инициатив показывает, что 40% населения региона готово объединяться ради коллективных действий, но в реальной практике такая форма поведения встречается в три раза реже [3, с. 85]. Результаты опросов населения разных населенных пунктов это подтверждают (рисунок).

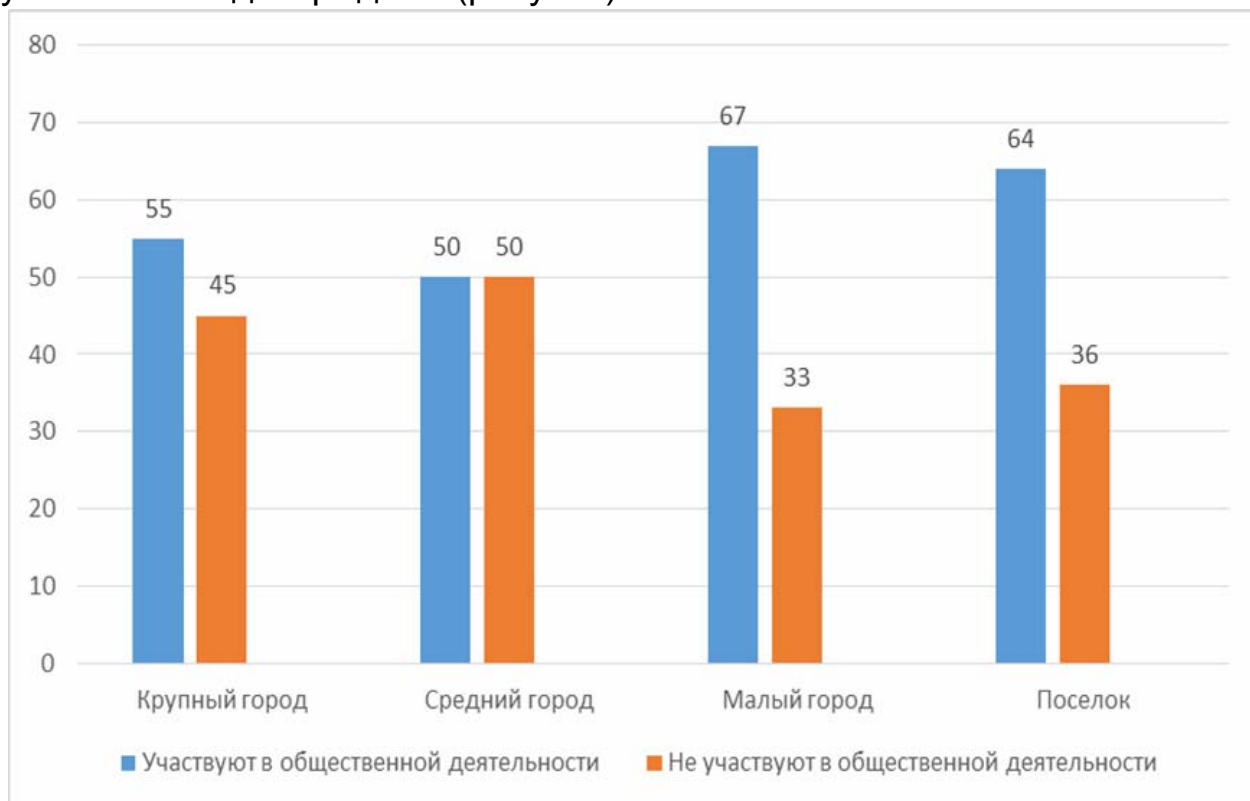


Рисунок – Участие жителей различных населенных пунктов в общественной жизни региона (в процентах от числа опрошенных, n=1230)

Итак, волонтерство представляет собой один из институтов гражданского общества, ему присущи социально значимые цели и функции. К атрибутам волонтерства следует отнести: приобретение и совершенствование знаний и навыков, активизация социальной позиции. Волонтерская деятельность выполняет функцию формирования ценностей – гражданственность, милосердие, справедливость, гуманность, ответственность. Исследование показало, что в волонтерской деятельности участвуют студенты учебных заведений, для которых она является формой гражданского становления и участия в решении значимых вопросов.

Список литературы

1. Леонтьев, А. Н. Деятельность. Сознание. Личность / А.Н.Леонтьев. – М., 2000. – 304с.
2. Бодренкова, Г. П. Системное развитие добровольчества в России: от теории к практике / Г.П. Бодренкова – М., 2012. – 320с.

3. Каюмова, Л. Х. Диалог власти и населения в контексте формирования гражданского общества / Л.Х. Каюмова, О.В. Шиняева – Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2014. – №1. – С. 81 – 90.

УДК 339.138

Е.А. Жукова, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)
РОЛЬ СТУДЕНЧЕСКОЙ ОБЩЕСТВЕННОСТИ В РЕАЛИЗАЦИИ МИССИИ УНИВЕРСИТЕТА

Сегодня традиционная вузовская система переживает процесс кардинальных преобразований, вызванных новыми потребностями общественного развития, построением информационного общества, жесткой конкуренцией на рынке образовательных услуг, что требует реализации новой роли вузов в гражданском обществе не только как центров науки и образования, но и как основных субъектов инновационной и культурной деятельности.

Современные университеты стремятся сохранить за собой и свою значимую роль в подготовке интеллектуальной элиты общества, указывая на необходимость развивать у студентов способности к исследовательской деятельности. Кроме того, «университет должен обеспечить будущим поколениям такое образование и такую подготовку, которые позволят им внести свой вклад в соблюдение великого равновесия окружающей среды и самой жизни», поднимая тем самым систему университетского образования на новый уровень решения задач нравственного воспитания личности [1].

У каждого высшего учебного заведения есть миссия, в которой отражены основные направления деятельности университета. Одна из них заключается в том, чтобы обеспечить общество и рынок труда в конкурентно – способных специалистах, ведь вузы играют важную роль в развитии экономики, государства и гражданского общества, но так как во многом этот аспект зависит от студентов, именно поэтому тема нашей статьи является актуальной.

Цель работы – выявить участие студенческой общественности в реализации миссии университета. Для получения конкретной цели нами было проведено качественное исследование методом фокус – группы. В Ульяновском государственном техническом университете были организованы две фокус-групповые дискуссии со студентами разных профилей специальности. В первой группе были представители 1 и 2 курсов, во второй – студенты 3-4 курсов.

При составлении сценария мы разделили понятие «миссия университета» на темы, с помощью которых рассмотрели проблему.

Первая тема – *понимание студентами миссии университета*. Студенты 1-2 курсов принимали в обсуждении более активное участие, чем студенты 3-4 курсов. Их ответы связаны с такими категориями, как законы, правила организации, устав. Например, студент 2 курса энергетического факультета отметил, что «миссия – это некая «молитва», которая помогает справиться в трудные для компании моменты». В итоге обсуждения студенты согласились, что «Миссия – это цель организации»; «Чтобы в будущем студенты могли стать действительно конкурентоспособными специалистами, вуз должен обеспечить всеми необходимыми условиями для получения качественного образования».

Качество образования как составная часть миссии – следующая тема обсуждения. Студенты разбились на два типа: удовлетворенные качеством образования и неудовлетворенные. Первая группа студентов (удовлетворенные) отметили: «В университете отсутствует коррупционная составляющая, это помогает студентам получить именно знания, а не просто диплом», «Высококвалифицированный преподавательский состав», «С дипломом Политеха я могу устроиться на хорошую работу».

Вторая группа студентов (неудовлетворенные) затронула не только условия вуза, но и отсутствие интереса у студентов к учебе, содержание учебных программ. Студенты технических специальностей подняли ряд крупных проблем: «Не хватает практики», «Метод изучения предметов – обзорный», «Несправедливое отношение преподавателей к студентам». «Какие-то преподаватели считают, что их предмет главнее, кто-то придирается по поводу личностных качеств».

Университеты должны стать центрами науки, техники и культуры. Мы выделили тему – *роль специальных мероприятий в вузе*. Студенты в первую очередь назвали мероприятия культурно-досугового формата: студенческая осень, весна, также студенты 3-4 курсов считают важными конкурсы – мистер и мисс вуза, спектакли студенческого театра, научные конференции. Именно эти мероприятия позволяют «раскрыть себя на публике», «демонстрируют специфику разных специальностей» и «помогают с кем-то познакомиться». Студенты отметили, что эти мероприятия делают миссию университета понятной каждому студенту: «Да, мероприятия отражают миссию, потому что они организуют реальную социальную активность студентов». Активные студенты считают, что миссия университета влияет на мероприятия, которые проходят в вузе. В свою очередь последние играют важную роль в формировании репутации университета.

Последняя тема – *корпоративная культура*, ее влияние на каждого студента. В зависимости от того, как у студентов она проявляется, обуславливается их отношение к вузу в целом. Студенты

гуманитарно – экономического профиля посчитали, что корпоративная культура не только способствует их профессиональному развитию, но и делает их частью общего дела. По мнению студентов технического профиля, важны традиции университета: «Поездки лучших студентов в Питер», «День студента, медовуха», «День знаний», «В музее – сердечки на дереве знаний с фамилиями лучших выпускников», «Топтание в музее на коврике», «Отдых в Садовке». В ходе обсуждений стало очевидно, что студенты погружены в историю и традиции университета. Это свидетельствует о том, что у студентов сформирован корпоративный дух.

Итак, студенты являются важными субъектами в реализации миссии университета – реализации качественного образования на уровне лучших мировых и отечественных стандартов. Их активная позиция зависит от понимания целей деятельности организации и вовлечения в конкретные мероприятия. Студентов волнуют вопросы, касающиеся качества образования в вузе и репутации университета, они считают, что культурные, научные мероприятия способствуют их профессиональному развитию. Участие студенческой общественности в поддержании традиций вуза и его корпоративной культуры напрямую обеспечивает гражданское общество России неравнодушными членами.

Список литературы

1. Майер, Г.В. О критериях реализации миссии университета // Университетское управление: практика и анализ. – 2013. – №3 [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.umj.ru/index.php/pub/inside/353/>. – 04.06.08.

УДК 339.138

И.Г. Гоношилина, Р.Р. Сакаева (Ульяновск, Ульяновский государственный университет, научный руководитель – к.ф.н., доцент И.Г. Гоношилина)

МЕСТО И РОЛЬ ВОЛОНТЕРСТВА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Развитие волонтерской деятельности является важным как для общества в целом, так и отдельных его секторов, а также самих волонтеров. Для отдельного человека участие в волонтерской деятельности способствует самореализации и самосовершенствованию, дает возможность получить новые знания и опыт, что, безусловно, является важным особенно для молодых людей, а также возможность почувствовать себя социально значимым и социально полезным. Государству волонтерский труд помогает эффективнее решать задачи, стоящие перед ним и обществом.

В нашем обществе ощущается острая необходимость развития волонтерского движения. Обусловлено это в значительной степени

нерешенностью таких социальных проблем, как рост детского сиротства, безнадзорности и преступности среди молодежи, увеличение доли пожилых людей, алкоголизация населения и рост наркозависимости, экологические проблемы. В этой связи волонтерская деятельность становится одним из важных инструментов социализации населения.

Одним из самых распространенных направлений волонтерской деятельности является помощь детям-сиротам и детям, оставшимся без попечения родителей. Здесь большую роль играет эмоциональная составляющая. Работа в детских домах включает не только разовые акции по сбору необходимых вещей, подарков к Новому году, организации досуга для детей, проведение концертов, мастер-классов, помощь в обучении детей. Она может продолжаться и после выпуска детей из детских домов, что не менее важно.

Распространенной формой волонтерской деятельности является помощь медицинским учреждениям, где часто не хватает младшего персонала. Волонтеры посещают больных, общаются с ними, читают вслух, организуют прогулки, дежурство и т. п. Волонтеры иницируют организацию некоммерческих фондов для сбора средств на лечение конкретных больных [1].

Примером волонтерства в медицинской сфере в Ульяновске является волонтерский клуб «Твой выбор», участники клуба принимают активное участие в различных мероприятиях: акция «Трамвайчик здоровья», проведение фестиваля «Здоровье», конкурс волонтерских отрядов по пропаганде ЗОЖ и др.

Волонтерство в области культуры ориентировано на участие в реставрации архитектурных памятников, имеющих историческую ценность, в музеях – работа с туристическими группами. Волонтерское движение может существовать и в форме привлечения добровольцев под отдельный крупный краткосрочный проект.

Волонтерские группы могут формироваться и другими способами. Например, волонтерские микросообщества (новое явление для России), создаются так называемыми «новыми людьми» (в возрасте 20-40 лет), в основном городскими пользователями Интернета. В микросообществе обычно есть ядро (3-4 человека), которые занимаются всей организационной работой, направленной на реализацию той или иной идеи. Вокруг ядра формируется группа «сторонников», поддерживающих деятельность сообщества материально (финансами, материальными ценностями и т. д.). Примерами таких микросообществ могут служить группы в социальных сетях, ориентированные на оказание помощи нуждающимся.

Чрезвычайные ситуации также могут стать мотивом для участия в волонтерском движении. Яркие примеры участие населения в ликвидации лесных пожаров в 2010 г., последствий наводнения в г. Крымске в 2012 г.

Слабость волонтерского движения в России можно объяснить:

- сложным экономическим положением населения;
- кризисным состоянием многих некоммерческих и государственных организаций;
- недостаточно развитой правовой базой;
- недостаточную информационную базу;
- недостаточной развитостью институтов гражданского общества;
- низкой престижностью волонтерства из-за социальных стереотипов.

Трудно привить идеи добровольчества, когда у части населения существует стереотип, что если человек, занимается честным трудом, на благо обществу и безвозмездно, то, по меньшей мере, он странный или вовсе неудачник. То есть создание позитивного имиджа волонтера, популяризация идей волонтерства является одной из актуальных для России задач. Целесообразно было бы обратиться к опыту США. Американское законодательство, разрешает предоставление волонтерам разнообразного рода привилегий, например, получение бесплатных образовательных услуг.

В 2005 году с целью привлечения внимания государства и общества к развитию волонтерства, а также повышения его престижа и формирования позитивного общественного мнения была учреждена национальная общественная награда в области добровольчества. Правительством РФ была утверждена Концепция содействия развитию добровольческой деятельности и благотворительности в Российской Федерации [3].

Активное участие в развитии института волонтерства, и тем самым, в создании развитого гражданского общества, а также в повышении социальной ответственности и активности российских граждан принимает Российский центр развития добровольчества.

Мероприятия в области развития волонтерского движения могут опираться, прежде всего, на распространение практического опыта регионов. Широкая пропаганда добровольчества во всех средствах массовой информации принесет значительную пользу обществу и будет способствовать росту гражданского сознания населения. Да и религиозные организации могли бы внести куда более весомый практический и информационный вклад в это благородное дело.

Формирование государственной политики в области духовного и нравственного воспитания населения, запрет на использование эфирного времени в электронных средствах массовой информации для проката программ, пропагандирующих насилие и низменные проявления – проблемы, требующие немедленного решения.

Свой вклад в этот процесс могут и должны внести законодатели и руководители исполнительной власти всех уровней. Последние в части

разработки региональных и муниципальных целевых программ поддержки волонтерства.

Необходима организация профессиональной подготовки специалистов в сфере молодежной волонтерской деятельности. Нуждается в совершенствовании нормативно-правовая база финансовой поддержки и стимулирования физических и юридических лиц, занимающихся поддержкой волонтерства, если государство не в силах или по иным причинам не способно или не может в настоящее время в полном объеме заниматься решением социальных проблем.

Список литературы

1. Клепикова, А. А. Добровольцы благотворительной организации в государственном учреждении для людей с тяжелой инвалидностью: конструкты волонтерства и профессионализма / А.А. Клепикова // Журнал исследований социальной политики. – 2011. – Т. 9, №3.

2. Вебер, М. Основные социологические понятия. Избранные произведения / М. Вебер. – М. : Пресс-выпуск, 2011. – №1785.

3. Гражданское общество современной России. Социологические зарисовки с натуры / под ред. Е.С. Петренко. – М. : Институт Фонда «Общественное мнение», 2012. – С. 61.

УДК 339.138

А.И. Гимранова (Ульяновск, Ульяновский государственный университет, научный руководитель – доктор полит. наук, профессор Н.В. Дергунова)

СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ ЖЕНЩИНЫ-ЛИДЕРА НКО

Современное общество демонстрирует большую общественную активность женщин, чем мужчин. Многие некоммерческие организации, гражданские движения возглавляют женщины. Каков же социальный портрет женщины – лидера НКО в России и в Ульяновской области? Необходимо определить, что мы понимаем под термином «социальный портрет»?

Понятия «социальный портрет» и «социологический портрет» стали применяться в социологической науке в 70-х годах прошлого столетия, когда составление аналогичного портрета было продуктивным для выявления общих характеристик какой-либо группы или класса. При создании социального портрета необходимо привлечь к исследованию наиболее обширную базу из большого числа респондентов. В социологической науке портрет применяется в исследовании отличительных сторон, манеры и характера тех или иных представителей какой-либо группы [2].

Итак, социальный портрет – это комплекс обобщенных характеристик социальной группы, т. е. выявление общих и устойчивых

характеристик портретируемой группы, которых можно достигнуть при помощи математических и компьютерных методов.

Вначале необходимо выделить основные характеристики, присущие женщинам лидерам, для этого рассмотрим биографию 10 женщин-лидеров как на уровне федерации, так и на уровне региона.

Мы попытаемся представить портрет женщины-лидера НКО на основе анализа их биографии, используя в качестве индикаторов основные социальные характеристики: возраст, образование, занимаемая должность, вид общественной деятельности. Анализируя полученные данные федерального уровня (Реутская Елена Петровна – руководитель Сахалинского областного общественного благотворительного фонда содействия защите материнства и детства «Мама», Сутормина Елена Васильевна – Первый вице-президент Международного общественного фонда «Российский фонд мира», Тополева-Солдунова Елена Андреевна – Директор Автономной некоммерческой организации «Агентство социальной информации», Уваркина Евгения Юрьевна – председатель Совета директоров Ассоциации сельхозтоваропроизводителей Липецкой области, Чулпан Хаматова – одна из учредителей благотворительного фонда «Подари жизнь»), можем прийти к следующему образу современной женщины-лидера НКО. Лидер в возрасте 49 лет, имеющее высшее образование, в большинстве случаев гуманитарное. Обладающие собственным бизнесом, либо преуспевающие в своей карьерной деятельности, например, как Чулпан Хаматова. Женщины ведут активный образ общественной жизни, как на уровне региона, так и на федеральном. Примеряют на себе роль современной бизнес-леди и домохозяйки. Вполне успешно выполняют все социальные роли, наложенные на них. Перейдем на уровень региона: Дерябина Надежда Владимировна – «Региональный информационно-ресурсный фонд», Логинова Елена Александровна – УО ООО «Союз дизайнер России», Малышева Елена Николаевна – УРОО «Совет родителей», Немоляева Анна Николаевна – УГОО «Клуб активных родителей», Шпоркина Елена Михайловна – начальник отдела поддержки НКО и развития гражданского общества ОГКУ «Аппарат Общественной палаты Ульяновской области»). В нашем случае не наблюдается сильных различий, связанных с профессией и образованием, единственное отличие заключается в том, что средний возраст на уровне Ульяновской области ниже, чем на федеральном.

Проводя анализ биографий женщин-лидеров НКО на региональном уровне, мы получили следующий портрет: женщина в возрасте 44 года, замужем, имеет 1-2 детей. Образование высшее, так же преобладает гуманитарное. Ведет активную общественную деятельность.

Таким образом, можем сказать, что современная женщина-лидер НКО является успешной, гиперактивной, успевающая примерять на себя множество социальных ролей. Не менее важен капитал социальных

связей, в том числе опыт совместной работы с руководителями, уже работающими во власти.

Путь продвижения к лидерской позиции у всех отобранных персон разнообразен, кто-то начинал как индивидуальный предприниматель, кто-то после окончания вуза успешно подвигалась по карьерной лестнице. Помимо лидерской позиции в НКО, женщины успешны и в других отраслях, например, Чулпан Хаматова, успевает совмещать работу в фонде с театральной деятельностью. Наиболее ярким примером активиста является Сутормина Елена – обладательница множества наград, получившая признание президента. Избрана членом центрального штаба Общероссийского народного движения «Народный фронт «За Россию». С 1996 по 2005 г. работала в Государственной Думе РФ помощником депутата Госдумы, Дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта С.Е.Савицкой, с 2005 г. – первый заместитель председателя Правления Российского Фонда мира. Регулярно участвует в сессиях ЭКОСОС ООН (Нью-Йорк), Совета Европы (Страсбург), ЮНЕСКО (Париж); член Совета Ассоциации друзей Франции. С сентября 2012 года – член Координационного совета при Президенте Российской Федерации по реализации Национальной стратегии действий в интересах детей.

Женщины активно занимают лидерские позиции, смещая с постов мужчин. Как показывает практика, слабый пол может совмещать несколько сфер деятельности одновременно благодаря обладанию такими качествами, как стрессоустойчивость, трудолюбие, ответственность и организованность [6].

Список литературы

1. Женщина на высших этажах власти: российские практики и французский опыт. –М.: ИСПАН ИНАБ, 2009.
2. Корнилова, Т. В. Диагностика и мотивация готовности к риску / Т.В. Корнилова.– М.: ИП РАН, 1997.
3. Корнилова, Т. В. Личностные предпосылки успешности деятельности брокера / Т.В. Корнилова, В.Г. Булыгина, А.П. Корнилов // Психологический журнал. – 1993. – № 1. – С. 90-99.

УДК 339.138

Л.Н. Рахимова (Ульяновск, Ульяновский государственный университет, научный руководитель – д.п.н., профессор Н.В. Дергунова)

РОЛЬ ОБЩЕРОССИЙСКОГО НАРОДНОГО ФРОНТА В РЕАЛИЗАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА «ОБ ОСНОВАХ ОБЩЕСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ В РФ»

Общественный контроль в качестве одного из направлений жизнедеятельности гражданского общества является важнейшим

компонентом системы сдержек и противовесов, обеспечивающих стабильность работы государства, создающих защиту от коррупции и иных злоупотреблений власти.

Цель данной работы – оценить роль Общероссийского народного фронта (далее ОНФ) в рамках реализации федерального закона №212 от 21.07.2014 г. «Об основах общественного контроля». В ходе исследования проанализированы основные официальные документы (федеральный закон, устав ОНФ, отчеты), учитывались и интернет-публикации о проделанной работе ОНФ.

В силу объективных причин лицам, управляющим государством, часто свойственны злоупотребление властными полномочиями и реализация своих интересов в ущерб общественным. Для его преодоления требуется обеспечение стороннего контроля. Он может быть внутренним, в этом случае правомерно говорить о самоконтроле государства посредством функционирования различных силовых (надзорных) органов. Однако необходим и внешний контроль, предусматривающий контроль общества над деятельностью органов государственной власти.

Общественный контроль в традиционных демократиях строится в соответствии с принципами прозрачности государственной власти и участия общества в ее работе. Государство принимает специальных нормативные акты о раскрытии информации, осуществляется контроль со стороны граждан, некоммерческих организаций, советов, комитетов при государственных органах. Существенна роль волонтерских движений, общественных инициатив, голосований, обсуждений, петиций, экспертиз, журналистских расследований. При этом само словосочетание «общественный контроль» на Западе практически не употребляется [5].

В нашей стране до появления ОНФ в 2011 году основными субъектами, осуществляющими функцию общественного контроля, были и остаются общественные палаты (2005 год) и общественные советы при государственных исполнительных органах власти (2006 год).

Общественный контроль общественными палатами и общественными советами уже осуществлялся в соответствии с нормами отдельных законодательных и подзаконных актов. Среди них, в первую очередь, Федеральный закон от 4 апреля 2005 г. №32-ФЗ «Об Общественной палате Российской Федерации», Постановление Правительства РФ от 2 августа 2005 г. №481, Указ Президента №842 от 04 августа 2006 г. и ряд других [1; 2]. Ситуация требовала регламентирования единой нормативной базой («единых правил игры»), соответствующий федеральный закон был принят 21 июля 2014 года [3].

Согласно принятому закону основными субъектами организации общественного контроля являются: Общественные палаты (РФ, субъектов, муниципальных образований) и общественные советы (при

федеральных органах исполнительной власти, при законодательных (представительных) и исполнительных органах государственной власти субъектов Российской Федерации). ОНФ в данном случае входит в категорию «дополнительных» организаций контроля – «иные организационные структуры общественного контроля» [3; 4].

Однако на сегодняшний день происходит активная трансляция информации о результатах деятельности этой относительно молодой общественной организации в качестве основного инициатора общественных проверок. Явным преимуществом фронта является прямое взаимодействие с Президентом, что формирует в понимании граждан положительное восприятие и ожидание эффекта от осуществляемых проверок.

Формат общественного контроля, использованный «фронтами», отличается повышенной требовательностью: в отличие от формальной отчетности, он опирается на критерий «качества исполнения» и ориентирован на оценку конечных результатов [4].

В сборе первичной информации, включая выезды на места и мониторинг, принимает участие более 10 тысяч «народных экспертов». Применение этого подхода позволило выявить позитивные изменения на трех направлениях: использование механизма получения государственных и муниципальных услуг в электронной форме, улучшение инвестиционного климата, выдача ипотечных кредитов [6].

Подключение «фронтвиков» позволяет определить проблемные зоны, где административные механизмы часто дают сбои, обеспечивается косвенный контроль со стороны Президента за действиями региональных элит. В числе эффективных проектов общественного контроля следует особо отметить государственные закупки («За честные закупки») [7].

Опыт ОНФ свидетельствует о реальности воплощения демократической практики широких консультаций, востребованной обществом и государством. Повседневная работа этого механизма – необходимый атрибут современной политической системы, который можно назвать «мониторинговой демократией».

Общественный контроль, воплощенный в деятельности ОНФ, вместе с различными формами совместной работы активистов-общественников и органов власти, активизирует население. Благодаря обеспечению доступности практически прямого взаимодействия (своего рода диалога) с Президентом, деятельность ОНФ способствует повышению уровня доверия со стороны граждан к власти, а также развитию российской демократии и гражданского общества.

Список литературы

1. Федеральный закон от 4 апреля 2005 г. №32-ФЗ «Об Общественной палате Российской Федерации».

2. Федеральный закон от 9 февраля 2009 г. №8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления».

3. Федеральный закон от 21 июля 2014 г. №212-ФЗ «Об основах общественного контроля».

4. Устав Общероссийского народного фронта.

5. Мэннинг Н. Реформа государственного управления: международный опыт /Пер. с англ. –М., 2003. –С. 178-193.

6. Официальный сайт ОНФ [http: www.onf.ru](http://www.onf.ru).

7. «Наши указы»: Народный фронт и российское государство // Российская газета <http://rg.ru/2014/11/25/onf.html>

УДК 339.138

А.А. Облезин (Ульяновск, Ульяновский государственный университет, научный руководитель – д.пол.н., профессор Н. В. Дергунова)

ОБЩЕСТВЕННАЯ ПАЛАТА УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ИНСТИТУТ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Существование и развитие гражданского общества в современной России невозможно без институтов, которые могли бы обеспечивать обратную связь между обществом и государством на федеральном и региональном уровне. Таким институтом гражданского общества является Общественная палата, которая обеспечивает взаимодействие граждан с органами государственной власти, защиту прав и свобод человека и общественных объединений, а также выполняет функцию общественного контроля за деятельностью властных структур. По сравнению с другими общественными институтами, Общественная палата имеет наивысший потенциал для построения конструктивного диалога между властью и обществом.

Инициатором создания Общественной палаты РФ стал В. Путин. Федеральный закон «Об Общественной палате Российской Федерации» был принят в апреле 2005 г. Этим законом был учрежден самостоятельный орган, помимо прочего обеспечивающий взаимодействие граждан России с органами государственной власти и органами местного самоуправления в целях вовлечения широких кругов российской общественности в реализацию государственной политики, учета органами государственной власти и органами местного самоуправления общественных инициатив и интересов граждан Российской Федерации. Согласно ч. 1 ст. 5 Регламента Общественной палаты РФ основными формами ее работы являются пленарные заседания, заседания совета, заседания комиссий, заседания рабочих групп.

В текущий момент во всех субъектах РФ в Приволжском федеральном округе приняты региональные законы об Общественных

палатах. Общественная палата Ульяновской области создана в 2006 году как независимый орган, обеспечивающий взаимодействие граждан с органами государственной власти и местного самоуправления региона в целях учета потребностей и интересов граждан РФ. Цели и задачи ее деятельности, определяются законом №48-ЗО «Об Общественной палате Ульяновской области» от 06.05.2006 г.

Основными формами работы региональной палаты являются пленарные заседания, заседания Совета – постоянно действующего органа ОП, комиссий и рабочих групп, а также открытые слушания и круглые столы по актуальным проблемам развития региона и гражданского общества, работа с обращениями физических и юридических лиц, общественная экспертиза проектов законов и нормативных правовых актов Ульяновской области. В ходе работы члены Палаты готовят экспертно-аналитические и информационные материалы, используемые в дальнейшем для осуществления взаимодействия с органами власти и некоммерческими организациями. Актуальные проблемы, рассматриваемые на заседаниях Общественной палаты, затрагивают интересы различных социальных групп, непосредственно касаясь вопросов повышения качества жизни каждого жителя региона.

В настоящее время Общественная палата УО состоит из 9 комиссий по различным направлениям жизнедеятельности общества. За период существования Общественной палаты УО сделан значительный вклад в формирование гражданского общества в регионе. Представителями Общественной палаты были рассмотрены вопросы, касающиеся различных сфер общественной жизни и затрагивающие интересы разных категорий населения. За 10 лет своей работы совместно с Правительством Ульяновской области было организовано 7 Гражданских форумов – крупных событий в сфере развития институтов Гражданского общества, в которых активно принимали участие представители всех некоммерческих организаций города. Обсуждались такие темы как права и свободы человека и гражданина, взаимодействие НКО и власти, вопросы самоорганизации отношений в системе ЖКХ, гражданское участие в развитии социальной сферы, гражданский контроль, правовая защита населения, эффективная благотворительность. Гражданский форум научился не только обсуждать острые проблемы гражданского общества, но и предлагать меры для решения этих проблем.

Ежегодно Центром поддержки НКО Общественной палаты Ульяновской области рассматривается более 2-х тысяч обращений от представителей некоммерческого сектора об оказании информационной, юридической, грантовой поддержки. В рамках законопроектной деятельности в 2014 году рассмотрено 380 проектов нормативных правовых актов, среди которых законы УО, постановления

Правительства УО, постановления и распоряжения Губернатора УО. По ряду проектов, поступавших на экспертизу, высказывались замечания и предложения. В 2014 году председатель Общественной палаты Ульяновской области Т.В. Девяткина провела 4 «прямые линии» в редакции «Народной газеты». В ходе «прямых линий» жители региона задавали свои вопросы по телефону в режиме реального времени. Информация по итогам мероприятий размещалась в «Народной газете», на портале <http://ulpravda.ru> и сайте региональной Палаты. На заседаниях профильных комиссий Общественной палаты УО в 2014 году рассмотрено 143 проекта, затрагивающие социально-значимые вопросы. По итогам проверок подготовлены рекомендации и предложения, которые были рассмотрены на рабочих заседаниях палаты и представлены руководителям отраслевых структурных подразделений.

Общественная палата Ульяновской области за весь период своей деятельности применяла различные формы для организации конструктивного диалога общества и власти: слушанья, круглые столы, оказание правовой помощи населению. Значительное внимание членами палаты уделялось экспертизе региональных законопроектов, что дало возможность учитывать общественное мнение по определенному кругу проблем. Являясь независимым органом, ОП УО дает «гражданским институтам возможность усиливать влияние на принятие решений органами государственной власти, а государству получать в их лице серьезного и равноправного партнера».

Список литературы

1. Указ Президента РФ от 4 августа 2006 г. №842 «О порядке образования общественных советов при федеральных министерствах, федеральных службах и федеральных агентствах, руководство деятельностью которых осуществляет Президент Российской Федерации, при федеральных службах и федеральных агентствах, подведомственных этим федеральным министерствам» // СЗ РФ. – 2006. – № 32. – Ст. 39.

2. Постановление Правительства РФ от 2 августа 2005 г. № 481 (ред. от 28.03.2008) «О порядке образования общественных советов при федеральных министерствах, руководство которыми осуществляет Правительство Российской Федерации, федеральных службах и федеральных агентствах, подведомственных этим федеральным министерствам, а также государственных комитетов, федеральных службах и федеральных агентств при федеральных органах исполнительной власти».

3. Регламент Общественной палаты Российской Федерации (принят на пленарном заседании Общественной палаты РФ 22.01.2006 г.)

4. Закон Ульяновской области от 6 мая 2006 года №48-ЗО «Об Общественной палате Ульяновской области»

5. Сайт Общественной палаты Ульяновской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://opuo.ru/>

6. Сайт Общественной палаты Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.oprf.ru/>

УДК 339.138

К.В. Дорофеев (Ульяновский государственный университет, д.полит.н., профессор Н.В. Дергунова)

ОБЩЕСТВЕННЫЕ СОВЕТЫ ПРИ ИСПОЛНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНАХ ВЛАСТИ. РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Общественные советы при федеральных органах исполнительной власти в 2013 году получили серьезный толчок к развитию. Президент России Владимир Путин в своем послании федеральному собранию призвал внести поправки в российское законодательство, которые должны повысить роль общественных советов при различных органах власти и ведомствах. И уже на следующий год был утвержден обновленный Стандарт деятельности общественных советов, где прописаны процедуры формирования, ротации, рассмотрения общественно значимых вопросов на заседаниях. По мнению экспертов, этот документ впитал в себя лучший опыт функционирования общественных советов, как на федеральном, так и на региональном уровне. Дискуссия по поводу отдельных положений документа продолжается, но на сегодняшний день Стандарт, безусловно, является одним из основных инструментов взаимодействия гражданского общества с органами исполнительной власти.

Действительно, если раньше формирование общественных советов находилось в руках руководства соответствующих органов исполнительной власти, то после принятия типового положения инициатива перешла к Общественной палате РФ и Экспертному совету при Правительстве РФ, что, безусловно, существенно повысило статус общественного совета как совещательного органа, чьи решения, впрочем, сохранили свой рекомендательный характер. Как заявил министр по вопросам Открытого правительства М.А. Абызов на заседании Правительственной комиссии по координации деятельности Открытого правительства 29 мая 2014 года, обновленная процедура отбора членов общественного совета теперь «ориентирует нас на более плотное взаимодействие с референтными группами и общественными организациями».

На федеральном уровне советы созданы при всех исполнительных органах власти и ведут активную деятельность. Однако, на региональном уровне, Стандарт деятельности общественных советов

учтен лишь в небольшой степени. Ни в одном регионе России, кроме Ярославской области, не предусмотрено вовлечение граждан региона в процесс формирования общественных советов. Нет процедур публичного голосования. Анкеты кандидатов не размещаются в публичном доступе для обсуждения

Для формирования общественных советов типовым положением установлено: совет формируется на 75% процентов из кандидатов отобранных Общественной палатой РФ и на 25% из кандидатов, отобранных Экспертным советом федерального исполнительного органа власти. В каждом регионе общественной палате отведена определенная роль при формировании общественных советов. Можно выделить следующие формы участия общественной палаты:

1. Общественный совет формируется по согласованию с общественной палатой. В Республике Коми руководитель органа исполнительной власти согласовывает с Общественной палатой Республики кандидатуры в члены совета из числа представителей общественных объединений, средств массовой информации, ученых, специалистов в соответствующих областях

2. Состав общественного совета формируется органом исполнительной власти области совместно с Общественной палатой. В Тверской области состав общественного совета формируется в равных долях из кандидатур, предложенных органом государственной власти, Общественной палатой области и управлением общественных связей Аппарата правительства.

3. Ряд регионов прямо закрепляют обязательную долю членов Общественной палаты в формируемом общественном совете. К примеру, в Ростовской области персональный состав общественных советов утверждается правовыми актами соответствующих органов исполнительной власти области

4. Полное игнорирование Общественной палаты. Например, в Ивановской области совет формируется путем направления руководителем исполнительного органа обращений в профильные общественные и научные организации, а также путем размещения соответствующей информации в средствах массовой информации для обеспечения возможности самовыдвижения кандидатов

В Ульяновской области общественные советы формируются совместно с общественной палатой. Первые региональные общественные советы при отдельных органах власти созданы еще в 2005 году. В 2014 году с целью выработки единых подходов к их формированию принято постановление областного Правительства, утвердившее единый порядок образования общественных советов. На сегодняшний день соответствующие организации работают при 13 из 15 действующих органов региональной исполнительной власти, еще два находятся в стадии формирования. В их состав входят представители

трудовых коллективов, научного сообщества, ветераны отраслей, видные общественные деятели, а также члены Общественной палаты, либо делегированные ей представители. Стоит отметить, что деятельность общественных советов освещается на сайтах исполнительных органов власти, но зачастую вся информация об их активности сводится к опубликованию протоколов заседаний.

Основной функцией общественных советов является оптимизация взаимодействия органов исполнительной власти и гражданского общества, обеспечение участия граждан, общественных объединений и иных организаций в обсуждении и выработке решений по вопросам государственной политики и нормативно-правовому регулированию. Однако анализ составов общественных советов при исполнительных органах власти Ульяновской области свидетельствует о формальном включении представителей общественных объединений, так как преобладающая численность представлена. Из 162 членов общественных советов лишь 26(16%) является представителями НКО. При этом подавляющее большинство занимают представители профессионального сообщества – 99 члена (62%). Среди членов общественных советов при исполнительных органах власти Ульяновской области отсутствуют государственные и муниципальные служащие, однако в составе советов мы можем встретить советников губернатора.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что общественные советы малоэффективны с точки зрения обеспечения взаимодействия гражданского общества и органов власти из-за низкого представительства членов некоммерческих организаций в их составе. Высокий процент представителей трудового сообщества показывает, что общественные советы скорее носят экспертно-консультативный характер, а их решения и предложения являются рекомендательными для органов власти.

Список литературы

1. Горшков, М.К. 2014. Пути в социологию Ё исповедимы: интервью. Докторов, Б.З. Современная российская социология. Иhttp://www.socioprognoz.ru/hta_6/Publications/tom_4_4_1.pdf

УДК 339.138

**Д.С.Митрофанов, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)
ИНИЦИАТИВЫ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ В КОНТЕКСТЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЫБОРА**

Актуальность изучения обусловлена недостаточной разработанностью проблемы профессионального самоопределения в

аспектах его взаимосвязи с уровнем развития личности школьника, что необходимо для дальнейшей успешной социальной интеграции подростка в современное информационное общество. В рамках данной проблемы подростковый возраст наиболее показательный, так как именно в этот период развития личности формируются предпосылки для становления идеальных образов и нахождения себя в обществе.

Период жизни старшеклассников определяет способности к восприятию действительности и общества в целом, что говорит о том, как будущим выпускникам приходится делать выбор, не имея представлений о своем будущем, в данном контексте речь идет о профессии [1, с. 137]. *Цель статьи* – раскрыть основные инициативы выбора профессии у старшеклассников.

В процессе выбора своей будущей профессии учащиеся руководствуются множеством мотивов, лежащих в основе их решения. Некоторые факторы являются основополагающими, другие имеют вторичное значение. От успешного взаимодействия школьника, его семьи, школы и социума зависит конечный результат [3, с. 531].

По данным нашего исследования - «Отношение старшеклассников к PR и рекламе как к профессиональной деятельности», проведенного в 2016 г., основой которого являются данные анкетирования 400 учащихся школ, гимназий, лицеев Ульяновской области. Всего 55% девушек, 45% – юношей; 44% – учащиеся 10 класса, 56 % – 11 класса.

На вопрос «Определился ли ты, на какую профессию идти?» только 43% респондентов ответили, что определились полностью, а треть выбрала лишь общий профиль будущей профессии. Это еще раз доказывает, что незнание о профессиях является важнейшей проблемой самоопределения учащихся старших классов. Как показывают результаты исследования, произведенного нами, инициатива профессионального самоопределения у школьников происходит под влиянием множества внешних и внутренних факторов. Внутренние факторы – это ценностные ориентации, жизненная установка, потенциал личности, общие представления об элитарности профессий.

К внешним факторам можно отнести традиции, социальный статус, материальное положение семьи, среду общения, экономическую, политическую ситуацию страны, региона. В процессе выбора профессии старшеклассники принимают самостоятельное решение, ориентируясь на три вида факторов. Первый вид включает в себя личные интересы, склонности. Зачастую это не ограниченные индивидуалистические, а общественно значимые интересы, удовлетворение материальных и духовных потребностей; общественное призвание профессии, ее элитарность и другие факторы. Ко второму виду относятся факторы, связанные со знаниями школьников о сфере профессий: видение места выбираемой профессии в структуре общества, осознание нехватки

специализированных кадров в этой области в определенных регионах страны. Третий вид факторов связан с индивидуально-психологическими особенностями старшеклассников, с их пониманием своих способностей, возможностей [4, с. 171].

Полученные в ходе исследования эмпирические данные позволяют заключить, что в первую очередь старшеклассники выбирают профессию, опираясь на свои личные интересы, склонности, индивидуально-психологические особенности. Таким образом, 45% и 40% респондентов выбирают ту профессию, которая позволяет им полностью раскрыть свою личность и постоянно ее совершенствовать. 44% и 60% учащихся хотят найти профессиональную сферу, которая удовлетворит их духовные и материальные потребности.

Инициатива выбора будущей профессии заложена в личном интересе, который остается наиболее влиятельным аспектом при выборе будущей карьеры. Следует подчеркнуть, что на последнее место старшеклассники ставят элитарность, всего 26% считают важным престижность профессии и 19% постоянное повышение своей квалификации. Это служит показателем того, что школьники хотят выбрать интересную, высокооплачиваемую профессию, которая обеспечивала бы им стабильное будущее и одновременно была бы им по душе.

Однако необходимо учесть, что незнание себя, мира профессии и правил ее выбора может привести школьников к сомнениям, ошибкам в процессе определения своего пути, поэтому родители, учителя должны умело направить их в нужную сторону [2, с. 142]. Профессиональное самоопределение — это отношение человека к выбранной профессии в частности и в целом к миру профессий. Выбор профессии является таким знаковым действием, которое может сделать человека счастливым в жизни и успешным в профессиональной деятельности, а может омрачить всю его жизнь, расстроить планы и сделать его несчастным.

Итак, для старшеклассников на первый план выдвигается задача правильного выбора профессии. Профессиональный выбор школьников позволяет понять, насколько успешно взаимодействуют школьник, семья, школа и общественная среда. Несоблюдение системной организации профориентационной работы в связи с недостаточной активностью какой-либо ее части приводит к ошибкам и отсутствию инициативы выбора у старшеклассников.

Список литературы

1. Корниенко, А. В. Особенности профессионального самоопределения старших подростков с разным уровнем социального интеллекта / А.В.Корниенко, А.В. Вагнер А. В. // Молодой ученый. — 2015. — №10. — С. 137-139.

2. Петров, Д.С. Социокультурная адаптация молодежи в период радикальных трансформаций / Д.С. Петров. – М. : Фирма Светотон ЛТД, 2005. — 245с.

3. Костюнина, Е.А.Трудности профессионального самоопределения подростков. / Е.А.Костюнина, Л.Г. Агеева // Молодой ученый. — 2015, №20. — С. 530-533.

УДК 339.138

А.В. Селивёрстов, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет) ИНИЦИАТИВЫ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ В ХОДЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ

В настоящее время актуальным стал вопрос профессиональной подготовки молодёжи. Важную роль в этом играет собственная инициатива молодых людей. Проблема формирования познавательной инициативы долго не считалась объектом особого изучения, в условиях увеличения объема и сложности информации от этой проблемы уже нельзя уклониться. Также актуальность нашей темы связана с тем, что в настоящее время проблемы профессиональной подготовки будущих специалистов являются результатом использования интегрированных технологий, в которых важен вклад самих субъектов [1, с. 35].

Целью данной статьи является выявление значения инициативы в ходе профессионального становления студентов высшего учебного заведения.

Для начала дадим определения основных понятий на основе изученной литературы. Профессиональное становление – это процесс развития личности, приобретение новых профессиональных знаний, на основе практического и теоретического становления конкретной сферы. Инициатива – это самостоятельное участие субъектов в различных сферах жизни, «порыв к действию», выражающееся в добровольческой деятельности, сложившимися формами поведения [2, с. 33].

Проблема формирования инициативы студента не является новой, однако профессиональное становление через инициативы студентов абсолютно в гражданском обществе изучено недостаточно. Проблема формирования инициативности студентов освещена в работах (А.П. Нечаева, М.И. Вайсфельда, П.Ф. Каптерева, П.Ф. Лесгафта, С.Т. Шацкого, А.С., Т.Н. Мальковской, В.Г. Маралова, В.А. Ситарова и др.).

Для реализации цели мы провели собственное исследование на тему «Формирование профессиональной идентичности студентов вузов». В нашем исследовании мы сравнили, какие инициативы проявляют в профессиональной сфере российские и иностранные студенты. Выборка исследования составила 500 респондентов. На цель нашего исследования работали разные показатели.

Как ты оцениваешь знания и умения по специальности?

Опрошенные респонденты оценивали свои теоретические знания и практические умения: в пределах вузовской программы теорию знают 59%, имеют практические навыки □ 50%; лишь 12-15% студентов владеют теорией и практическими умениями выше, чем дает им вуз. На основании этого показателя можно сделать вывод, что только седьмая часть студентов проявляет инициативу в получении дополнительных знаний по своей профессии, а остальные действуют по шаблону, который предоставляет им преподаватель.

Как ты относишься к выполнению заданий преподавателей?

Студенты ответили следующим образом: 45% берут готовые материалы, критерии и выполняют необходимые требования, чтобы получить нужную оценку; 44% респондентов берут готовые алгоритмы и стараются сделать на основе них интересную работу; 11% ищут нестандартные решения и предлагают свое видение данной проблемы. Тех, кто ищет нестандартные решения, немного. Но этот результат означает, что среди студенческой молодежи есть «инициаторы-новаторы», которые будут активно выдвигать новые продукты, методы, технологии.

Как профессиональное обучение способствует раскрытию и реализации твоих индивидуальных способностей? Половина опрошенных респондентов отметила, что имеет представления о своих способностях, но лишь деятельность после вуза сможет их полностью раскрыть; 42% респондентов утверждают, что обучение в вузе помогает им раскрыть свои способности и применять их в процессе обучения; лишь 8 % считают, что вуз не развивает способностей. На основании этого вопроса можно сказать, что только небольшая часть опрошенных не принимает участия в различных спортивных, научных, культурных мероприятиях и, как следствие, не знает о существовании своих «скрытых» способностях.

Чем для тебя является твоё учебное заведение? Опрошенные студенты ответили следующим образом: 58% считают вуз качественным местом подготовки по специальности, 45 % местом общения с друзьями и сверстниками; обычным учебным заведением свой вуз считают 23% респондентов; 16 % местом формирования творчества и самосознания. Из этого можно сделать вывод, что студентов, которые проявляют инициативы в профессиональном становлении, опять ограниченная доля. Только седьмая часть проявляет инициативу и развивает свои научно-технические навыки.

Анализируя общие жизненные ценности студентов, мы отметили их совпадение с рейтингом ценностей российской молодежи: крепкая семья (значима для 54% опрошенных), здоровье (48%), материальное благополучие (46%). «Образование», «профессиональную карьеру» воспринимает как жизненные ценности и непреложные принципы лишь

четвертая часть современных студентов (26%); несколько выше оценивается значимость этих явлений на 1-м и 2-м курсах, а затем происходит снижение – на 3-м и 4-м курсах до 18%. Этим можно объяснить невысокий уровень инициатив студентов в освоении профессии, участии в научном и культурном творчестве.

На формирование жизненных ценностей студентов, обучающихся в вузах, влияют разные факторы и источники. По мнению самих студентов, рейтинг этих источников выглядит следующим образом: СМИ (48%), друзья (22%), родители и семья (11%), высшее учебное заведение (9%), общественное мнение (9%). Следует подчеркнуть, что воздействие вуза на формирование жизненных ценностей студенческой молодежи невелико во всех профилях и на всех курсах. Оно ниже, чем влияние родителей и друзей; существенно уступает воздействию средств массовой информации. При этом именно учебное заведение обладает разветвленной системой учебных, воспитательных, психолого-педагогических средств, призванных формировать личность студента. Однако, трансформация образовательного процесса по пути уменьшения часов общения со студентами ведет к утрате вузом просветительских и социализирующих функций. Можно прогнозировать, что сокращение в учебных планах большинства направлений часов на гуманитарные и общественные дисциплины будет способствовать дальнейшему снижению веса высшего учебного заведения в культурной, политической, гражданской социализации студентов. Как следствие – дальнейшее снижение социально-профессиональной и культурной инициативы студентов.

Итак, инициатива студентов очень важна во время профессионального становления и социализации личности. Реальная доля студентов, обладающих активной позицией в учебе, науке, творчестве, находится в границах от десятой до седьмой части, в зависимости от профиля и курса обучения. Инициатива студентов все чаще реализуется вне учебного заведения; к примеру, в рамках вторичной трудовой занятости. Обнаруженная тенденция является опасной для высшего образования и требует совершенствования форм работы со студентами.

Список литературы

1. Вербицкий, А.А. Контекстно-компетентностный подход к модернизации образования / А.А. Вербицкий // Высшее образование в России. – 2010. – №5. – С. 32-37.
2. Корнеев, Ю.В. Компетентностный подход в профессиональном становлении / Ю.В. Корнеев // Профессиональное образование. – 2008. – №11. – С. 33–39.

3. Поваренков, Ю.П. Психологическое содержание профессионального становления человека / Ю.П. Поваренков . – М. : Изд-во УРАО, 2002. –160 с.

УДК 339.138

А.А. Пиманчикова (Ульяновск, ученица МБОУ СОШ №52)

И.А. Манахова (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ШКОЛЬНОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ (НА ПРИМЕРЕ ШКОЛЫ № 52 г. УЛЬЯНОВСКА)

Гражданское общество – это сфера самопроявления свободных граждан и добровольно сформировавшихся организаций, огражденных соответствующими законами от прямого вмешательства и произвольной регламентации со стороны государственной власти. Нередко гражданское общество можно обнаружить в школе, на предприятиях или в какой-нибудь организации. Миссия современной школы давно вышла за грани только обучения, огромная роль отводится социализации ребёнка. Уже в школе он должен готовиться к взрослой жизни, к необходимости занять своё место в обществе. Очевидно, что немалую роль в этом играет школьное самоуправление. Оно представляет собой мини-модель взрослой, реальной ситуации в сфере управления и деловых взаимоотношений. Поэтому ни учителям, ни родителям, ни, разумеется, самим ученикам не стоит недооценивать деятельность ученического самоуправления. Как сделать его действенным, интересным, полезным?

Целью данного исследования является изучение гражданского общества в школах. Существует ли самоуправление в школах? Как учащиеся относятся к формированию гражданского общества в образовательных учреждениях? Принимают ли они активное участие в «школьной жизни»?

Принцип формирования гражданского общества в школах с каждым годом становится все популярней. Опыт по созданию ученического самоуправления есть в Англии, Казахстане, Белоруссии и в России. Ученики за рубежом организуют школьные советы, советы лидеров класса, проводят собрания, формируют пресс-центры, где работают над выпуском школьных газет, освещая основные вопросы и проблемы их жизни. Говоря о России, о планах развития ученического самоуправления, хочется заметить, что в декабре 2012 года был принят Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации». В статье 32 закона говорится о том, что «...ученики обладают правом на учет их мнения в управлении той образовательной организацией, где они обучаются» и о предполагаемом участии учеников в решении вопросов

при организации учебно-воспитательного процесса совместно с педагогическим коллективом и администрацией учреждения. Самоуправление способствует развитию самостоятельности детей, развитию лидерских качеств. И как в реальной жизни взрослый человек пытается занять своё место в обществе, выбрать себе профессию по душе, завоевать авторитет в кругу коллег, так и в школьном самоуправлении все проходит по принципу естественного выбора. Главное, чтобы каждый нашёл себе занятие и стал выполнять ту роль, которая ему нравится и с которой он в силах справиться. Самоуправление – это возможность раскрыть свой творческий потенциал, реализовать управленческие навыки, воплотить в жизнь рационализаторские идеи и т. д. Самоуправление это уже опыт существования в социуме. Эта некая игра во взрослую современную жизнь с её корпоративной культурой, значимостью индивидуальности и ростом числа карьеристов. Учитель, контролирующий и регулирующий этот процесс должен чётко понимать, что не учитывать реалии этого взрослого мира никак нельзя. Учитель может многое дать ученику: развитие ответственности, исполнительности, самостоятельности, обязательности. Играя в самоуправление, дети, меж тем не должен чувствовать, что это игра.

Но так ли оптимистично обстоят дела на самом деле?

Проведя опрос среди школьников младших и старших классов, я получила результаты, которые заставляют задуматься. Большинство учеников, более 70%, уверены, что в нашей школе существует гражданское общество, которое активно действует, помогая администрации и ученикам в целом. Около 30% впервые столкнулись с понятием «ученическое самоуправление». Отвечая на вопросы об отношении к гражданскому обществу, большинство учеников 81% высказались за необходимость наличия некой оппозиции в стенах нашего учреждения, и лишь 18% опрошенных считают, что данная инициатива бесполезна, аргументируя свой выбор ответом: «Мы не в силах ни на что повлиять». Но самое печальное то, что, отвечая на вопрос: «Хотели бы вы стать частью гражданского общества?», 63% опрошенных ответили на него отрицательно. Школьники опускают руки и проявляют пассивность из-за того, что они уверены в безрезультативности их действий. У учеников нет мотивации и стимула помогать школе, их и так все устраивает. Я считаю, что с этим чувством безответственности и некоего легкомыслия нужно и необходимо бороться.

Предлагаю несколько идей для развития ученического самоуправления в школах:

- 1) Создать в школе «Актив» (группу активных учеников), которые будут контролировать действия администрации образовательного учреждения и защищать права школьников.

2) Регулярно проводить заседания «Активов», решая наиболее актуальные вопросы, касающиеся школьного самоуправления.

3) Создать пресс-центр (независимые СМИ) в стенах образовательного учреждения, основной функцией которого будет освещение жизни школьников, публикация новостей, создание стенгазет и проведение соцопросов.

4) Важно! Начинать формировать ряды активистов на уровне классов, выдвигая представителей от каждой параллели, затем переходить к созданию «Активов» на уровне всей школы.

5) Необходимо сотрудничать с администрацией школы, обмениваться идеями и предложениями.

6) Попытаться создать в образовательном учреждении «Школьную Думу» (законодательный и совещательный орган власти). Проводить выборы депутатов, посредством равного и тайного голосования на срок 3 года. Каждый год проводить соцопросы (функция пресс-центра) для оценки деятельности депутата. При получении отрицательной оценки увольнять с должности.

7) Использовать «глобальную сеть» для развития гражданского общества. Можно создать сайт или группу/сообщество в социальных сетях (Вконтакте, Одноклассники и т. д) для дистанционного решения и обсуждения проблем.

8) Не игнорировать опыт зарубежных стран в создании ученического управления.

Чего не должно быть в школьном самоуправлении?

Прежде всего, самоуправление не должно быть скучным. Дети должны чувствовать себя на своем месте, не бояться строгости и надзора учителя. Учителя должны прислушиваться к ребятам, направлять их и помогать. Любое простое дело, вплоть до сбора макулатуры, можно представить модным, увлекательным и ярким проектом. Стоит лишь дать ему оригинальное название, сделать привлекательную рекламу, вынести идею лучшей мотивации и процесс мероприятия представлять в местной прессе ярко и с юмором.

И самое главное, в школьном самоуправлении не должно быть подмены власти. Для ребят это будет только полезным и необычным жизненным опытом, уникальной возможностью повзрослеть, оставаясь детьми.

Активно внедряя ученическое самоуправление в образовательных учреждениях, придется пройти через множество трудностей, прежде чем мы придем к удовлетворяющему результату. Не нужно опускать руки и надеяться на то, что все сделается само собой, без нашего участия. Нужно сплотиться для достижения поставленной цели. Только вместе мы сможем отстаивать наши права.

УДК 339.138

В.В. Латышев, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный университет)

PR-ТЕХНОЛОГИИ В КОНТЕКСТЕ РАСШИРЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ БАЗЫ ПУБЛИЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Связи с общественностью представляют собой управленческую функцию, которая направлена на постоянные взаимоотношения с аудиторией с целью формирования положительного имиджа организации или политического института [1]. На практике данная задача выполняется посредством различных PR-технологий, среди которых немалое значение играет организация публичных мероприятий. Являясь связующим звеном между органами управления, населением и бизнесом, они играют важную роль в построении гражданского общества и правового государства. Публичное мероприятие, как массовое событие, требует больших материальных, временных и человеческих ресурсов, принося весомый эмоциональный поведенческий эффект, при этом эффективность коммуникации на таких мероприятиях зависит от количества и качества ее социальной базы (целевой аудитории).

Цель работы – определить факторы, влияющие на содержание PR-технологий при организации публичного мероприятия.

В основу методологии вошли такие социологические теории, как теория функций массовой коммуникации на разных уровнях (автор М.М. Назаров). Различает функции коммуникации: а) на уровне больших групп – информационная, социализирующая, мобилизационная, рекреативная; б) на уровне коммуникативного поведения индивида – информационная, самоидентификация, интеграция социального общения, развлечение [2].

В литературе нет точной формулировки понятия «публичное мероприятие», и зачастую его относят к политическим процессам: митинги, пикетирования, демонстрации и шествия. Мы же попробуем дать условную классификацию массовых мероприятий, которые выполняют функции публичных. Их можно классифицировать по следующим основаниям: по содержанию – общественно-политические, культурно-зрелищные, спортивно-массовые, религиозные; по масштабу – международные, общефедеральные, региональные и муниципального значения; по частоте проведения – разовые, повторяющиеся, проводимые ежедневно; по месту проведения – публичные мероприятия, проводимые в закрытых помещениях и на открытой местности [3].

Распространенной формой публичного мероприятия является *выставка*. Это пространство, созданное человеком с целью презентации идей, предметов, вещей, созданных людьми, для их представления зрителям. В действии принимают участие организаторы выставки, с одной стороны, и посетители, с другой. При этом

организаторы подбирают предметы, формируют выставочное пространство, создают композицию экспозиции с целью донести определенную информацию, идеи, эмоции, эстетические вкусы зрителю. Реакция зрителя на выставку зависит от многих факторов. В конечном итоге, все компоненты системы «выставочное пространство» влияют друг на друга и способствуют развитию, как самой системы, так и каждого компонента в отдельности.

С точки зрения PR, выставка, как форма публичного мероприятия, позволяет собрать уникальную целевую аудиторию, установить личный контакт с клиентами, информации о которых нет ни в каких источниках, они редко откликаются на рекламу, почтовые рассылки, телефонные звонки. Выставки привлекают заинтересованных клиентов, которые любят не только смотреть, но и трогать. Они находятся в активной фазе поиска и сбора информации, сознательно заходят на стенды и проявляют интерес к товарам, услугам, идеям. В западных университетах значительная часть студентов готовит свои проекты (startap) и предлагает на выставках инновационных идей; 80% посетителей таких выставок – венчурные капиталисты (предоставляют инвестиции для финансирования новых, рискованных проектов). Умелое представление проектов способствует тому, что идеи вместе с командой получают финансирование.

В сфере отечественного выставочного бизнеса специалисты отмечают появление таких важных тенденций как рост специализированных выставок, по сравнению с универсальными (соответственно 76% и 24%). Это выгодно фирмам-экспонентам, растет интерес зарубежных фирм к российским выставкам-ярмаркам. Динамика выставочной активности в настоящее время свидетельствует о стремлении российских организаций найти новых партнеров и занять свои позиции в сознании целевых аудиторий [4].

Выставки привлекают клиентов с разной платежеспособностью. Выставки привлекают посетителей разного профессионального статуса – первых лиц компаний и других сотрудников компаний, обладающих полномочиями принимать решения. Это связано с тем, что значительная часть работы этих людей заключается именно в том, чтобы принимать эффективные решения. Для этого им необходима достоверная информация, прямой контакт с потенциальными поставщиками и партнерами, возможность не тратя лишнее время и деньги проводить деловые встречи и получать точное представление о продуктах.

Выставки обеспечивают необходимые условия для выполнения новых видов работы. Большинство посетителей выставок формата b2b имеют «покупательную способность», т. е. обладают полномочиями принимать решения или влияют на решения о покупке. 90% представителей компаний, ответственных за принятие решений,

назвали выставки чрезвычайно полезным источником информации при совершении закупок или разработке стратегий развития компании [4].

Выставки отличаются высокой эмоциональной ценностью. Выставки позволяют оказаться в одном пространстве с клиентами, партнерами, представителями власти. Эмоции подобного рода сложно испытать где-то еще. Значительный интерес, с точки зрения решения коммуникационных задач, выставки представляют для СМИ.

В его основные функции PR-специалиста входит: подготовка и проведение пресс-конференции по случаю открытия выставки, проведение аккредитации корреспондентов и приглашение их на пресс-конференции, подготовка пресс-релизов и других информационных материалов для журналистов, оказание помощи аккредитованным на выставке журналистам в сборе материалов, организации проведения репортажей и интервью с участниками выставки и оказание помощи иностранным участникам выставки в проведении пресс-конференций по случаю дней страны на выставке.

Итак, в настоящее время публичные мероприятия и выставки являются одним из наиболее эффективных средств PR-коммуникаций; они обеспечивают публичность самой организации, создают необходимое информационное поле, формируют людские потоки, а также привлекают внимание ко всей деятельности субъектов выставочного пространства.

Выставка является эффективным публичным мероприятием в разных сферах, которое формирует не только потребительские, но и гражданские коммуникации. При выборе PR-технологий на этапе организации выставки, необходимо обращать внимание на статус и предпочтения целевой аудитории, организацию эффективной обратной связи, эмоциональную составляющую мероприятия.

Список литературы

1. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью теория и практика / А.Н. Чумиков. – М. : Дело, 2008. – С. 10-12.
2. Назаров, М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М.М. Назаров. – М.: Книжный дом «Либроком», 2014. – С. 120-123.
3. Богданов, В. Участие в выставках и ярмарках – URL: <http://www.fincareer.ru/advertis> (дата обращения :17.04.2016).
4. Михайлова, Е. С. Роль выставки в системе маркетинговых коммуникаций – URL: <http://www.uefexpo.ru/?id=60367>.

УДК 339.138

В.В. Новичков, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ГОТОВНОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОЙ ОБЩЕСТВЕННОСТИ К ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ КОММУНИКАЦИЯМ С ВУЗОМ

Актуальность данной темы не вызывает сомнений потому, что в современных социально-экономических условиях для каждого вуза большее значение приобретает работа по установлению партнерских отношений с предприятиями и организациями. Такое взаимодействие позволяет точнее определить направления развития вуза, реализовать механизмы совершенствования образовательных программ, научной и инновационно-практической деятельности, повысить влияние университетов на региональное сообщество. Система стратегического партнерства обеспечивает обратные связи вуза с работодателями, без которых невозможно развитие высшего образования для инновационной экономики [3, с.15]. Основным стимулом формирования профессиональных коммуникаций является взаимная заинтересованность в разработке совместных проектов, совершенствовании качества подготовки специалистов [1, с. 24].

В международной практике между территориями и университетами, находящимися там, устанавливаются и развиваются отношения партнерства и взаимодействия на основе разделяемых взаимных интересов, главным образом социально - экономического характера. Университеты рассматриваются как ключевые источники экономического развития регионов через вклад в развитие наукоемких производств, человеческого капитала, стимулирование развития новых форм предпринимательства, налоговых поступлений в бюджет регионов, а также через вклад в реализацию культурных инициатив в регионах и привлечение интереса населения [2, с.62].

Целью нашей статьи является анализ готовности региональной общественности к профессиональным коммуникациям с вузом. В рамках реализации цели нами было проведено исследование методом глубинного интервью. Выборка исследования составила 18 человек – представители различных отраслей: промышленности; строительства и транспорта; IT-технологий и культуры. Мы поделили респондентов на случайных участников мероприятий и организаторов. Разработанный нами опросник содержал следующие темы: частота участия респондентов в профессиональных мероприятиях, актуальность и проблематика встреч, формат мероприятий, авторитет спикеров и участников коммуникаций. Также мы спросили респондентов о том, какими признаками должно обладать успешное профессиональное мероприятие.

Мнения и ответы респондентов по теме «участие в профессиональных мероприятиях» мы разделили на три группы,

которые впоследствии послужили основой для выявления типов в зависимости от их уровня вовлеченности в коммуникации. Приведем характеристики выделенных групп респондентов.

«Опытные участники» ¹ неоднократно принимали участие в мероприятиях: *«польза есть, отличная площадка для общения с аудиторией. Будем принимать участие в дальнейших мероприятиях», «мы бы хотели вновь поучаствовать в подобных мероприятиях».* Стоит отметить позицию студентов университета, принявших участие в данных мероприятиях: *«Я обязательно буду участвовать, это замечательная возможность присоединиться к жизни университета, набраться опыта».*

«Участники-новички» ² представителя деловой общественности, которые участвуют в мероприятиях впервые и только вливаются в данный коммуникационный процесс; у них наблюдается некоторый дефицит информации: *«Учувствовали в мероприятии впервые, будем дальше принимать участие в мероприятиях, развивающих IT-сферу».*

«Участники в перспективе» ³ организации, которые не участвовали в мероприятиях, но проявляют предметную заинтересованность, видят перспективы и пользу от участия: *«К сожалению, не принимали, знали, что создан такой центр, но не участвовали, так как не получали информацию об их проведении».* Организации готовы принять участие, но прослеживается дефицит информации. В целом мы можем видеть, что даже если организация не принимала участие в мероприятиях, то несмотря на это она видит пользу от участия: *«Данные мероприятия полезны для коммуникации между профессиональными организациями, а студенты получают дополнительную мотивацию к учебе и исследовательской деятельности».*

Мы предложили респондентам ответить на вопросы, касающиеся актуальности обсуждаемых тем на профессиональных мероприятиях. Мнения респондентов разделились: выбор темы для обсуждения может быть обусловлен состоянием текущих проблем на предприятиях и варьироваться в зависимости от их возникновения или решения: *«Выбор темы должен согласовываться с представителями предприятий, иначе мероприятие рискует остаться без участников».* *«Наиболее интересные темы – это исследовательская и творческая деятельность в различных сферах, особенно в технических областях».*

Проанализировав ответы на вопрос об авторитете спикеров и участников данных мероприятий, мы можем сделать вывод, что одним из весомых факторов успешного мероприятия является присутствие на нём целевой аудитории, а также авторитетного спикера, который способен сделать положительный PR-фон и привлечет новых слушателей на данное мероприятие: *«Да, выступающий спикер многое решает. Он либо на долгое время очернит мероприятие своим*

выступлением среди аудитории, либо привлечет новых слушателей и сделает положительный PR-фон». Такой же точки зрения придерживаются начинающие посетители: «Спикер должен быть авторитетным и профессиональным – это повышает уровень мероприятия и привлекает на него статусным участников».

Главными результатами профессиональных мероприятий, по мнению респондентов, должны стать: *«Это могут быть инновационные продукты, идеи, проекты, развитие таланта личности, повышение престижности выбранной в мероприятии специальности/профессии/деятельности».* *«На мой взгляд, главными результатами должны быть: конечный продукт, выстроенные коммуникации, польза для потребителя продукта».* *«Конечным результатом должна стать та коммуникация, между университетом и нашей организацией, которая в будущем поможет решать важные проблемы».*

Таким образом, региональная общественность проявляет заинтересованность в осуществлении профессиональных коммуникаций. Организации региона считают, что вузы активно перенимают опыт зарубежных университетов в производстве нового знания через научно-исследовательскую деятельность, развитие человеческих ресурсов региона, содействие продвижению инноваций. Успешные совместные профессиональные мероприятия должны отталкиваться от проблем в организациях региона и предлагать темы для обсуждения, способные объединить усилия разных социальных субъектов.

Список литературы

1. Мешкова, Т. А. Анализ перспективных направлений взаимодействия вузов с регионами на примере опыта федеральных университетов в России / Т.А. Мешкова, О.В. Перфильева // Университетское управление: практика и анализ. – 2008. – №5. – С.23-38.

2. Нагорнов, В.А. Оценка роли вузов в региональном развитии: формирование устойчивых партнерств для взаимодействия / В.А. Нагорнов, О.В. Перфильева // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. – 2010. – № 4. – С. 60-86.

3. Стратегии развития российских вузов: ответы на новые вызовы. – М.: МАКС Пресс, 2008. – 668 с.

УДК 339.138

А. И. Ключова (Ульяновск, ученица МБОУ «Мариинская гимназия», волонтер службы «Спортивные волонтеры» XXXVI Чемпионата мира по хоккею с мячом-2016)

И.А. Манахова (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

РЕГИОНАЛЬНОЕ ДОБРОВОЛЬЧЕСКОЕ ДВИЖЕНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА: ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Волонтерство (добровольчество) - это широкий круг деятельности, включая традиционные формы взаимопомощи и самопомощи, официальное предоставление услуг и другие формы гражданского участия, которая осуществляется добровольно на благо широкой общественности без расчета на денежное вознаграждение. Волонтерская деятельность является фундаментом гражданского общества. Она возрождает в обществе фундаментальные ценности – отзывчивость, бескорыстность, ответственность, милосердие. Развитие добровольческого движения помогает государству и другим организациям реализовать социально – значимые проекты. Ярким свидетельством признания и перспектив развития добровольчества является и то, что в настоящее время Программой Добровольцев ООН с участием экспертов со всего мира готовится первый Всемирный доклад по добровольчеству, в котором будут сконцентрированы все самые современные концептуальные знания и выводы о добровольчестве. Подтверждением основополагающей роли молодежного добровольчества в содействии решения проблем молодежи непосредственно с участием самой молодежи является тот факт, что во всех международных документах, касающихся добровольчества, отмечается особая роль молодежного добровольчества в системе социализации подростков и молодежи, формирования условий их здорового образа жизни, реализации задач молодежной политики, содействию достижения целей образования. Международные исследования и накопленный в России опыт показывают, что, являясь одной из возможных форм вовлечения детей и молодежи в жизнь общества, именно добровольчество играет особо ценную роль в формировании у молодежи первичных знаний, опыта, практических навыков, ценностей и полномочий, необходимых для того, чтобы стать социально активными и ответственными гражданами

Для успешного развития добровольческого движения в Ульяновской области необходимо выбрать эффективные методы для привлечения молодежи в эту деятельность.

Волонтерская деятельность в Ульяновской области активно развивается, с 2009 года. В 2010 году Ульяновская область вошла в число трех регионов РФ, где будет реализован проект «Федеральная

пилотная площадка по развитию добровольчества». В муниципальных образованиях в течение 2009-2011 года были подписаны соглашения о создании волонтерских центров, действующих в сфере пропаганды здорового образа жизни. В настоящее время во всех муниципальных образованиях Ульяновской области созданы и работают волонтерские центры движения по пропаганде здорового образа жизни, действует более 30 волонтерских объединений. Самые крупные волонтерские объединения действуют на базе УлГПУ (количество постоянных членов 1200, а охват молодежи 5000), УлГУ (количество постоянных членов 160, охват молодежи 2000) и УлГТУ (количество постоянных членов 420, охват молодежи 3000). Участие волонтеров Ульяновской области в организации и проведении Чемпионата мира по хоккею с мячом - 2016 дало сильный толчок для развития добровольчества в различных направлениях деятельности. В 2016 году создан региональный Координационный комитет по развитию добровольческого движения на территории Ульяновской области, направленный на координацию работы добровольцев в регионе.

Автор данной статьи занимается волонтерской деятельностью с 8 класса и участвовал во многих проектах, слетах, социальных программах. Из них самыми масштабными мероприятиями оказались Международная IT- конференция «Стачка» и Чемпионат мира по хоккею с мячом. Исходя из собственного опыта, автор пришел к следующим выводам:

1. Отсутствие для большинства молодых людей прямого доступа к информации о добровольческих возможностях (вакансиях), что объясняется неразвитостью информационных сетей (отсутствием общего информационного пространства) в результате они не знают, где могут приложить свои добровольческие усилия.

2. Отсутствие механизма, создающего эффект «шаговой доступности молодежи к добровольчеству», что можно достичь только путем формирования эффективной инфраструктуры поддержки молодежного добровольчества через внедрение совокупности программ молодежного добровольчества в образовательных учреждениях, в молодежных центрах, центрах дополнительного образования, как составной части учебно-воспитательного и образовательного процессов.

3. Недостаточность у специалистов, работающих с молодежью опыта и знаний в сфере стимулирования интереса подростков и молодежи к участию в добровольческой деятельности и созданию для них возможностей быть добровольцами, как взаимосвязанных компонентов государственной молодежной, социальной политики и политики в сферах образования и охраны здоровья.

4. Недостаточность финансирования правительством добровольческого движения в Ульяновской области. Многие волонтерские

движения организуются самими студентами и зачастую не поддерживаются органами власти.

5. Небольшой опыт в проведении масштабных мероприятий в Ульяновской области, отсюда, на наш взгляд, и недостаточный уровень организации волонтеров.

6. Значительная часть тех, кто становятся волонтерами, совершают это зачастую не на бескорыстной основе, а из прагматических интересов – для увеличения стипендии, получения благодарственных писем, призов или сувениров.

7. Волонтер расценивается в общественном мнении скорее в качестве своеобразного «обслуживающего персонала», поэтому количество людей, которые вступают в ряды волонтеров, не так велико на сегодняшний день. На наш взгляд, происходит неверная интерпретация этого понятия и у молодежи – волонтерство рассматривается как средство, а не цель деятельности.

Что можно было бы предложить в качестве практических рекомендаций для совершенствования этого движения?

1. Создать в регионе платформу для популяризации и обмена лучшими практиками в этой области (круглые столы, конкурсы, публикации) по аналогии с созданным молодежным интернет-проектом JAVA.RU. Рассматриваемый проект можно признать новой платформой для вовлечения молодежи в социальную практику через механизмы социальной сети и добровольческой активности. Это одновременно и социальная сеть, и коммуникационная платформа для вовлечения молодежи в социальную практику через механизмы добровольческой деятельности, потенциально является важным информационным ресурсом, который может стать одним из ключевых элементов развития общественного диалога о молодежном добровольчестве. Что же касается нашего региона, то основным элементом проекта явится региональная база данных, накапливающая сведения о людях, желающих реализовать свои добровольческие усилия, в том числе, в рамках крупных региональных, российских и международных проектов, нуждающихся в участии добровольцев. Задачами такого сетевого ресурса в регионе были бы популяризация добровольчества, формирование сообществ социально-активной молодежи, технологическая поддержка распространения и централизованного учета личных книжек волонтера, стимуляция позитивного личностного развития молодежи [1;44].

2. Пропагандировать волонтерство в школах, вузах, специализированных учреждениях как необходимое условие для развития гражданского общества.

3. Правительство Ульяновской области должно посещать масштабные мероприятия в других городах, чтобы перенимать лучший опыт и понимать, как устроен этот механизм в международных условиях,

выделять отдельный бюджет для финансирования добровольческих организаций.

4. Размещать информацию в СМИ, социальных сетях, телевидении для правильного освещения темы добровольцев, использовать социальную рекламу; проводить конкурсы, форумы, конференции «круглые столы» по тематике молодежного добровольчества.

5. Правительство должно поощрять студентов, решивших организовать добровольную организацию, в целях дальнейшего демократического развития Ульяновской области и преодоления социальной пассивности молодежи. Возможно, нужно создать систему стимулов, обеспечивающих признание роли добровольчества среди молодежи и вознаграждать за ее участие в работе на добровольных началах.

6. Подобрать более эффективные формы и методы вовлечения молодежи в участие добровольческого движения.

Развитие добровольческого движения является одним из путей создания демократического общества и может вывести Ульяновскую область на новый уровень. Очень важно найти эффективные методы привлечения молодого населения в эту благородную деятельность.

Список литературы

1. Бодренкова, Г.П. Развитие механизмов системной поддержки добровольчества. опыт регионов и муниципалитетов / Г.П. Бодренкова // Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества. Опыт регионов и муниципалитетов. – М. : Проспект, 2010. – 344 с.

УДК 339.138

А.Э. Исакова, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАК ФАКТОР ИНТЕГРАЦИИ СУБЪЕКТОВ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА

Общественное мнение – это не механическая сумма высказываний, а органический продукт общественной жизни, возникающей в процессе сложной коммуникации индивидов. Для формирования общественного мнения необходимо наличие нескольких условий: поток свободной и доступной информации; развитие интереса среди больших социальных групп к конкретной проблеме; наличие большого числа каналов и средств обсуждения проблемы (реальные и виртуальные); наличие общностей, осознающих себя субъектами социальной жизни; публикация объектов, вопросов общественного мнения. Все эти условия свидетельствуют о том, что общественное мнение образовалось там и тогда, где и когда есть общественность, находящаяся в постоянном контакте друг с другом [1, с 15].

Актуальность данной статьи определяется тем, что общественное мнение потребителей выступает катализатором интеграции субъектов автомобильного рынка.

Во-первых, в связи с тем, что общественное мнение существенно влияет на сознание покупателей, компаниям-продавцам необходимо создавать и поддерживать положительный имидж своей организации.

Во-вторых, с увеличением торговых марок автомобилей, и торговых компаний возросла конкуренция на автомобильном рынке и поэтому компаниям-продавцам необходимо отстраиваться от своих соперников, предлагая новые формы коммуникаций.

В-третьих, потребители становятся более мобильными, могут себе позволить выехать для приобретения автомобиля в другие города.

Целью нашей работы является анализ общественного мнения потребителей как фактора интеграции субъектов автомобильного рынка. Для реализации этой цели нами проведено качественное исследование методом глубинного интервью. Выборка интервью основывалась на возрастных квотах респондентов. Целевая аудитория – клиенты компании «Авторай». Выборка составила 25 человек.

Ключевым понятием в качественном исследовании стало «лояльность к компании». Отталкиваясь от него, выделили логические коды: 1) имидж компании; 2) обслуживание в салонах; 3) отношение покупателей к мероприятиям; 4) концепция компании «Авторай»; 5) информационный обмен.

Респондентам был задан ряд вопросов: *«Как Вы думаете, сколько автомобильных торговых компаний (дилеров) в регионе? С какими из них Вы знакомы? Что Вы можете сказать о них (их имидже)? Был у Вас опыт обращения к дилерам?»*. Доля положительно ответивших респондентов, в возрасте от 31 до 49, составила три четверти. *«Имидж компании положительный»*, *«Эти компании имеют свой фирменный стиль, занимаются своим продвижением, активно рекламируются, поэтому они известны и узнаваемы»*, *«Имидж торговой компании на уровне»*, *«Считаю, что имидж на достойном уровне»*.

Респонденты в возрасте 18-30 лет неоднозначны в своих ответах и про имидж компании отзываются как положительно, так и отрицательно: *«В целом, положительные эмоции, но цены достаточно дороже»*, *«Везде есть свои плюсы и минусы, в отношении имиджа»*. Так же, одна четвертая от всех ответивших интервьюеров отзывается об имидже компании крайне отрицательно: *«Авторай заработал имидж стабильного среднячка, со слабым сервисом и отделом продаж»*, *«Не дожدهшься гарантийного ремонта, лепят отмазки, готовы судиться. Также сотрудники навязывают оригинальные запчасти и расходники в тридорога»*.

Проанализировав ответы респондентов можно поделить на три очевидные группы: 1) удовлетворенные; 2) сомневающиеся;

3) разочаровавшиеся. Как видно из глубинного интервью, на мнение респондентов, которых мы отнесли к группе разочаровавшихся, повлияло техническое обслуживание и поведение персонала в салонах. Из этого следует то, что салонам необходимо работать с неудовлетворенными клиентами и искать пути решения их проблемы

Лояльные потребители положительно относятся к товару, могут способствовать распространению рекламной информации своим друзьям и знакомым, редко обращают внимание на товары конкурентов. При совершении покупки они всегда делают выбор в пользу бренда, к которому лояльно относятся.

При проведении глубинного интервью мы задавали следующие вопросы: *«Когда Вы покупали последний автомобиль, кто для Вас являлся лидером мнений? Заходил у Вас разговор о компании «Авторай» с кем-либо и в каком контексте? Слышали Вы рекомендации дилера от кого-то? А сами, рекомендовали «Авторай» кому-то? Представьте себе, что вы являетесь постоянным клиентом автомобильной компании «Авторай», как бы Вы поступили, если на рынке появился новый дилер?»*

Респонденты на него ответили следующим образом: *«Последний автомобиль покупал ориентируясь на публикации и мнения друзей», «Рекомендовал «Авторай» как хорошего поставщика и продавца запчастей. Информацию об «Авторай» часто нахожу в автомобильных журналах», «Лидером мнений является продавец-консультант автосалона «Авторай». «Разговаривал со своими друзьями в контексте рекомендованного салона. Я бы не обратил внимание на нового автодилера, так как меня устраивает мой автомобиль и качество обслуживания». «Лидером мнений является интернет, прочтение отзывов об автомобиле и дилере. Появление нового дилера меня бы не заинтересовало – лучше старый и проверенный», «Когда покупал авто, никого не хотел слушать. Но после покаялся», «О компании Авторай я общался со своими друзьями, обслуживающимися у этого дилера, которые положительно отзывались об этой компании. Я и сам часто рекомендую компанию Авторай своим друзьям и знакомым. При появлении нового дилера я бы о нем поинтересовался, но остался бы обслуживаться у дилера Авторай, так как эта компания проверена мною и моими многочисленными друзьями и полностью меня удовлетворяет!».*

В ответах можно выделяются следующие предпочтения в получении информации: 1. друзья, знакомые; 2. продавцы-консультанты; 3. Интернет-порталы. При выборе компании потребитель обращается либо консультируется с родственниками, друзьями, с представителями бренда, либо знакомится с чужим опытом из Интернет-порталов.

Таким образом, общественное мнение потребителей как фактор интеграции субъектов автомобильного рынка влияет на лояльность

клиентов. Для повышения интеграции субъектов автомобильного рынка необходимо поддерживать все составляющие лояльности потребителей к компании: положительный имидж компании, высокое качество обслуживания в салонах, креативная организация мероприятий для потребителей; новый логотип компании, посыл которого понятен простому человеку; построение коммуникаций на доверительной основе.

Список литературы

1. Зубова, Л. Общественное мнение и социальная политика / Л.Зубова // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2011. – № 3. – С. 15 – 26.

УДК 339.138

Н.И. Левахина, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ПУБЛИЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ЧЕРЕЗ ФОТОРЕПОРТАЖ: МНЕНИЕ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ

Документальная точность фотографических изображений и сравнительно простой способ их получения открыли широкие возможности использования фотографии в самых различных областях современного общества. Активной аудиторией публичных мероприятий является молодежь, поэтому фоторепортаж набирает обороты и активно внедряется во все сферы жизни общества. Молодежь выступает стратегическим потенциалом любого современного государства, от мнения молодежи о общественной жизни, ее активной деятельности зависит темп развития России – этими факторами мы аргументируем актуальность темы.

Основные теоретические подходы к изучению проблемы связаны с развитием визуальной социологии. Визуальная тематика в социологии развивалась в рамках таких направлений, как постструктурализм и семиотика. Основными научными подходами к фотографии как к инструменту исследования являются семиотический, феноменологический и дискурсивный подходы [1, с. 98]. По мнению Ж. Бодрийяра, ведущего представителя семиотического направления, фотоснимки – важный способ для анализа культурных явлений [2, с.103]. Через анализ фотографии можно увидеть различия, характерные для разных групп общества.

Цель работы – выявить отношение учащейся молодежи к такой форме популяризации мероприятия как фоторепортаж. Для реализации этой цели нами было проведено качественное исследование методом глубинного интервью. Выборка исследования составила 20 человек – студенты первого курса разных направлений, которые еще недавно посещали различные мероприятия с целью выбора профессии.

Мы выделили несколько понятий, из которых складывается роль фоторепортажа, они составили структуру нашего опросника: отношение к фотографии, композиция кадра, качество фотографии, цветопередача, сюжет фоторепортажа, носители визуальной коммуникации. На полученной базе глубинных интервью были выявлены основные мнения молодежи о фоторепортаже.

Отношение к фоторепортажу разделило молодых людей на две группы: 1) учащаяся молодежь, которая ориентирована на получение только визуальной информации; 2) тех, кто ориентирован на получение вербальной информации. Представители первой группы отмечают: *«Фотография-это лучший способ показать, каким образом проходило мероприятие...»*, *«Я считаю фоторепортаж эффективной формой коммуникации, он помогает глубоко погрузиться в ход событий...»*.

Оппоненты доказывают: *«Фото-это хорошо, но если это освещение мероприятия, то фотографий недостаточно: к визуальному восприятию должно добавиться и словесное. Сообщение должно быть эффективным, ярким, насыщенным, но не перенасыщенным...»*. В этой группе большинство респондентов отмечает, что эффективнее -гармоничное сочетание фотографий и текста. Из полученных ответов можно сделать вывод о том, что популяризация публичных мероприятий через фоторепортаж имеет положительные стороны, но молодежь воспринимает его неоднозначно.

Композиция фотографии раскрывает содержательную сторону снимка. При умении пропорционально выстраивать кадр можно передать масштаб мероприятия и детальные составляющие. *«Больше всего меня зацепили эмоции людей, которые попали в кадр...»*. Респонденты отмечают умение фотографа запечатлеть важный кадр, оценивают организаторов мероприятия через призму того, как молодежь смогли заинтересовать: *«...на мероприятии обычная картина – это потерянные лица абитуриентов, бродящих толпами или поодиночке в стенах учебного заведения. А на этих кадрах бросается в глаза четкая заинтересованность школьников – это очень круто»*.

От приверженцев вербальной коммуникации мы получили такие ответы: *«Ни один кадр не вызвал у меня интереса...»*, *«То есть кто-то стоит, и его снимают сзади, кто-то не смотрит в камеру. Такие фото не выполняют свою основную функцию»*. Они еще раз доказывают важность композиции фотографий.

Профессионализм фотографа – субъективный критерий, особенно, когда ему дают оценку не профессиональные респонденты. В нашем исследовании мы выяснили, что для молодежи значит профессиональное фото. *«Сделаны не профессиональным фотографом, но очень качественно»* – такую оценку дают в случае, когда фотографии мало несут в себе информации, но визуально выглядят эстетично. Опрошенные пытались дать рекомендации, каким

они хотят видеть фото: *«Расширение угла съемки, больше динамики в кадре, правильный ракурс, резкость фотографии...»* – тем самым, отмечая типичные недостатки фоторепортажа с публичных мероприятий.

В критерий *«цветопередача»* мы вложили такие аспекты как глубина резкости, правильно выстроенный баланс белого, размытый фон, яркость фотографии. Молодые люди к данному критерию наиболее внимательны: *«у многих фотографий разная контрастность, где-то много света, где-то очень мало»*, *«у фотографий отсутствует единая стилистика»*. При подаче визуального материала необходимо внимательно отбирать фотографии, чтобы избежать отрицательной оценки со стороны целевой аудитории.

Сторонники вербальной информации отмечают: *«слишком много «пустых» фото» портят общее впечатление и не дают смысловой нагрузки»*. *«На фото отсутствует какая-либо обработка. Мне не хватает яркости и контрастности»*; *«у фотографа наоборот всего этого лишка. Плюс на некоторых фото неправильное кадрирование – зарезы головы»*. Стилль подачи материала каждого фотографа уникален по-своему, но если это мешает целостному восприятию, то нужно подавать материал в едином стиле.

Сюжетная линия – самый сложный критерий для восприятия целевой аудиторией. Две трети от общего числа опрошенных не понимают хронологию событий по фоторепортажу. *«Мне непонятно, так это чем все закончилось»*, *«Хронология понятна, но выявить какую-то последовательность без текста не совсем удобно»*. Если мы рассматриваем фоторепортаж как основной вид коммуникации, то сюжет должен просматриваться как в художественном произведении. Для соблюдения данного критерия у многих фотографов, даже имеющих многолетний стаж в этой профессиональной сфере, возникают затруднения.

Характеристика *«носителей визуальной коммуникации»* – условие, от которого зависит эффективность получения информации. Учитывая целевую аудиторию, ее потребности в Интернет-коммуникациях, можно объяснить такие ответы: *«ВКонтакте удобно просматривать фотки, быстро и всегда под рукой»*. *«Удобнее всего рассматривать фоторепортажи у себя в гаджете»*. Неожиданным стал тот факт, что треть респондентов отметила: *«Нравится на стенде просматривать фотографии, совершенно другие впечатления от просмотра остаются»*. Социальные сети не вытеснили «живые фотографии», поэтому фотостенды нужно использовать в коммуникациях с учащейся молодежью.

Итак, большая часть целевой аудитории положительно относится к такой форме коммуникации как фоторепортаж. Для публичных мероприятий фотографии – один из наиболее эффективных способов

передачи визуальной информации и эмоций, который позволяет достоверно передать ход событий. Правильно выстроенная композиция снимка способна сохранить атмосферу мероприятия в той степени, в которой не может реализовать видео реклама. Для того чтобы такой вид коммуникации, как фоторепортаж, пользовался популярностью среди целевой аудитории, необходимо совершенствовать каналы его реализации; выбирать в качестве объекта репортажа яркие мероприятия, представляющие интерес для молодежи.

Список литературы

1. Савчук, В. Феномен поворота в культуре XX века / В. Савчук // Международный журнал исследований культуры. – 2013. – № 1 (10). – С. 93-108.

2. Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр. - М. : Республика, 2006. – 269 с.

УДК 339.138

С.И. Садовников, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)
**ДИАЛОГ СУБЪЕКТОВ РЫНКА ДОСУГОВОГО ПИТАНИЯ:
КРЕАТИВНЫЕ ФОРМЫ КОММУНИКАЦИЙ**

Гражданское общество - общество развитое и инновационное, одним из обязательных условий его существования является конкуренция в различных сферах экономики. Актуальность темы связана со следующими аргументами.

Во-первых, интерес к изучаемой теме связан с активным развитием услуг общественного питания в РФ и потребностью эффективного продвижения конкретных заведений в условиях высокой конкурентной борьбы. Рынок ресторанного бизнеса с каждым годом растет во всём мире и приносит значительную прибыль. В условиях высокой конкуренции требуется, чтобы заведения выделялись не только меню, но и индивидуальным имиджем, для чего должны быть выстроены эффективные коммуникации с потребителями [1].

Во-вторых, имидж — это тот образ, который формируется в сознании потребителей, то вполне объясним тот факт, что у любого ресторана есть имидж вне зависимости от того, кто над ним работает и работают ли над ним вообще. Выбирая между управляемым и неуправляемым имиджем, следует отдавать себе отчет в том, что управляемый имидж — это серьезная работа, долгий процесс, требующий не только много времени, а также и материальных затрат.

Главная задача имиджа компании — это соответствовать действительно существующему образу и быть направленным на потребителей, при этом оставляя за собой возможность дальнейшего

развития [2, с. 822]. Интерес к новым необычным инструментам коммуникаций растет в разных сферах.

Целью нашей статьи является выявление креативных коммуникаций как особого инструмента диалога субъектов рынка досугового питания в глазах у целевой аудитории предприятия. Для реализации этой цели нами было проведено качественное исследование методом глубинного интервью. В ходе проведенного исследования было опрошено 27 человек, на полученной базе выявлены характеристики отношения потребителей к различным заведениям питания в Ульяновске.

В качестве основы взята теория имиджа Д. Огилви. Формирование имиджа начинается с выявления сложившихся у аудитории представлений об объекте, определения предпочтений, ожиданий и требований аудитории к претендующему на положительный имидж объекту. Когда вся необходимая информация собрана, можно переходить к конструированию и разработке стратегии формирования имиджа. Далее, действуя по намеченной стратегии, осуществляется перевод сконструированной модели в реальные сообщения. Сконструированный образ требует контроля, измерения реакции на него потребителя, чтобы в случае необходимости можно было что-то скорректировать. Формирование имиджа предприятия общественного питания в сознании целевой группы осуществляется в процессе коммуникации, в рамках которой транслируется информация имиджевого характера.

В целом внутренняя и внешняя аудитория в первую очередь выделяет под общим имиджем дизайн заведений досугового питания. Оба сегмента сходятся на том, что атмосфера и внешние черты оформления должны быть уютными *«Заведение «для своих», где можно встретить знакомых, играет хорошая музыка, уютно и цены не выше среднего»*, *«уютный дизайн, несколько зон (бар, столики, танцпол)»*, *«У каждого свои мелкие гармонично вписывающиеся в интерьер черты. Граффити на стенах, привлекательная барная стойка, подушечки, удобные кресла. Все зависит от конкретного заведения и его типа.»*, в то же время современным концептуальным дизайном с определенной направленностью. *«Стильное заведение, в черно-белых тонах, с четко отделенными друг от друга столами»*, *«заведения шли по моде , в ногу со временем , также вкус во всем»*, *«Стильный, современный дизайн»*, возможны необычные дизайнерские цвето-световые решения, подчеркивание особой концепции и стилистики заведения *«Грамотное сочетание цветов, необычные дизайнерские решения, модерн, классика, светлые помещения»*. *«Интересные или необычные цветовые решения, единая тематика оформления визуального и звукового (также соответствующая меню)»*, выделение его из общей картины заведений досугового питания определенной территории.

Важной составляющей имиджа выделяют кухню и бар заведения, которому так же необходимо иметь свои особенности, выделяющие его на фоне остальных, достаточно посредственных и обычных кухонь. Внутренняя и внешняя аудитория сходятся в вопросах музыкального сопровождения в заведении, в большинстве случаев оно приветствуется с некими оговорками, а именно музыка должна способствовать усилению визуального имиджа, быть соответственно подобрана, а по громкости во внеконцертное время, если заведение рассчитано и на такое *«Днем – спокойная, уютная, нежная. Вечером и ночью – веселая, яркая, энергичная. Особенно в выходные дни.»*, то должна быть достаточно размеренной, приглушенной, чтобы способствовать более уютному и спокойному времяпрепровождению. Но не без исключений. Также выделяют мебель, как объект, создающий некую атмосферу, конкретно мягкая мебель (диваны, кресла), которые создают уют, спокойствие и способствуют расслаблению посетителей, соответственно вкупе с другими инструментами воздействия *«Сочетающаяся со стилистикой заведения. То есть, если это ресторан русской кухни – ощущение нахождения в избушке хорошо пойдет, если это рок-кафе – пусть будут пластинки, гитары.»* Естественный свет, и освещение(теплое) в основном, по результатам исследования, предпочитают женщины, из чего можно сделать вывод, что заведения более "женского" характера должны обладать таким фактором для обеспечения востребованности и желанием посещать подобные заведения раз за разом, мужчины же, непринципиально высказывались насчет данного параметра внутреннего дизайна

Важность культурной программы подтвердили все респонденты, особо интересными из предложенных оказались дегустации, соревнования барменов, и костюмированные вечеринки *«Дегустации, соревнования барменов, концерт»*, *«Концерт годной группы, либо камерное выступление кого-то с хорошим голосом и репертуаром. Либо дикий костюмированный треш.»* Данные мероприятия и представления необычны и являются по большей части лишь внутренними, закрытыми событиями в г. Ульяновск, а представление подобного рода действий вынесет их в разряд креативных редких событий, что очевидно привлечет внимание общественности, СМИ. Внешняя аудитория выражает потребность в разнообразных концертах, из указанных это концерты: джаз-коллективов, известных рок-групп, просто известных групп и коллективов (поп, эстрада), камерные вокальные выступления. *«Выступление какого-нибудь джаз-бэнда.»*, *«Для меня это неважно. Но если техническое оснащение любимого заведения позволит увидеть там живое выступление именитого коллектива, то это несомненно будет приятным бонусом»*.

Мотивами посещения заведений досугового питания в том и другом случае, а именно и внутренней и внешней аудиторией, были

названы в первую очередь желание вырваться от будничной рутины, отвлечься от работы и различных забот и дел, расслабиться, отдохнуть, пообщаться с друзьями и близкими, и увидеть что-то новое, необычное, яркое, погрузиться в теплую атмосферу, *«Хорошая кухня, душевная обстановка, возможность пообщаться с друзьями и выпить.»*, *«Желание отвлечься от работы или домашнего уюта, встретиться с друзьями или новыми людьми, попробовать интересные блюда, коктейли, напитки»*. Только следом идут гастрономические желания, потребность в вкусной и необычной кухне, качественном баре.

Креативные формы коммуникации приветствуются и внешней и внутренней аудиторией. Под креативом в целом респонденты подразумевали не необычный вид обслуживания (крейзи меню, стиль поведения, внешний вид), а необычные блюда, десерты, напитки и красивая их подача. *«Конечно нужны! Ведь гречу с отварной куриной грудкой мы можем поесть и дома! Да и каждый смысленный ресторатор знает, что даже самое простое блюдо при креативной подаче продается гораздо лучше! Например, фрикадельки просто в тарелке и они же, но уже на шпажках, торчащих из какого-нибудь шара или подвешенных на каком-то дизайнерском кронштейне. Круто же! »*, *«Да. Чтоб в Инстаграм не стыдно было выложить 😊»*, оперируя тем, что при красивой подаче какого-то блюда, в основном десертов *«да. десерты. но все должно быть в меру»*, *«Да, десерты и сладости»*, или напитка заранее формируется положительное представление о его вкусе. *«Безусловно, когда видишь что-то красивое в голове формируется образ вкусного блюда, создается некий эффект ореола»*, что положительно сказывается на общем имидже заведения. Выделяют, что креатив, как таковой, необходим *«со вкусом»* *«Креатив не имеет принципиального значения, важен-вкус!»*, *«Необходимы, особенно если у заведения есть своя «изюминка». Понятия не имею. Зависит от заведения»*, т. е. должен соответствовать концепции и позиционированию заведения.

Итак, диалог субъектов рынка через креативные коммуникации – это новая веха в развитии гражданского общества, классические коммуникации устаревают, перестают удовлетворять потребности большинства, новый подход донесения информации до целевых аудиторий – важен в условиях развития гражданского общества. Креативные коммуникации развивают потребности и интересы потребителей, положительно влияют на конкуренцию среди различных игроков рынка досугового питания.

Список литературы

1. Брайтон, С. К. Креатив в ресторанном бизнесе. Creative Food Service: [Электронный ресурс] // <http://www.creativefoods-services.com/>.

2. Бернет, Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Дж. Бернет. – СПб., 2009. – С. 820-864.

УДК 339.138

Н.Ю. Махновецкая (Пермь, Филиал образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права» в г. Перми, научный руководитель – И. С. Долгинов)

СОЦИАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ КАК НЕОБХОДИМЫЙ РЕСУРС ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Исследуя специфику развития и функционирования гражданского общества, необходимо особенно подчеркнуть главенствующую роль социальной активности граждан, их способность удовлетворять и развивать свои интересы и потребности с помощью социальных институтов, учреждений и организаций общества, поскольку субъектом гражданского общества является суверенная личность, обладающая определенными интересами, вызванными личной заинтересованностью, социальными и законодательными нормами и правилами [1].

На сегодняшний день социальная активность населения России снижена, это, на наш взгляд, связано с низким уровнем доверия населения к власти, политическим и социальным институтам. Недоверие исходит из крайне слабых результатов социальной политики государства. Социальное доверие является отражением стабильного существования культурной среды общества.

Востребованной и часто реализуемой формой взаимодействия граждан с органами государственной и муниципальной власти являются выборы. Это самая простая и необременительная форма участия [2]. Однако на практике эта форма взаимодействия не воспринимается населением всерьез.

Период преобразования России сопровождается развитием гражданского общества. Составляющим компонентом такого развития является проявление инициативы населения по реализации личного интереса. От участия граждан в жизни своего муниципального образования, а также в государстве, в целом зависит эффективность разрешения проблем, которые стоят перед органами власти. Проявление активности зависит от возрастных, образовательных, экономических, культурных особенностей населения.

В большинстве случаев граждане пытаются единолично проявлять свою индивидуальность и активность, нежели делать это сгруппировано и сообща. Это, опять же, показывает недоверие не только к власти, но и к окружающим, население рассчитывает только на собственные силы [3].

Залогом доверия граждан государству является обеспечение условий создания и функционирования общественных организаций.

По нашему мнению, граждане должны действовать совместно, обществом в целом. Ведь, действуя совместно, эффективней решать общие социальные проблемы, достигать определенные цели, в которые уже входят проблемы каждого. Необходимо развивать коллективные формы социальной активности, а также участия населения в жизни гражданского общества.

Активность гражданского общества – залог успешного развития государства.

Список литературы

1. Костючков, С. К. Личность и гражданское общество: направления и формы взаимокорреляции / С. И. Костючков // Сборники конференций НИЦ Социосфера. □ 2012. □ №34. □ С. 64.

2. Петухов, В. В. Перспективы политической модернизации в России и развитие гражданской активности населения /В. В. Петухов // Вестник Института социологии. □ 2011. □ № 3. □ С. 50.

3. Социальная атомизация. Социология: Энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://sociology_academic.ru

УДК 339.138

Д.Р. Ишкильдина (Уфа, Башкирский государственный университет, научный руководитель – к.с.н., доцент В.Ф. Ковров)

СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ МОЛОДЕЖНОГО ДВИЖЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН

Деятельность организаций молодежных движений направлена на реализацию определенной идеи (цели), связанной с изменениями социальной действительности молодежи в обществе, в результате чего происходит накопление 10 социального опыта, формирование ценностных ориентаций и самореализация [2,67].

Основными признаками молодежных движений являются следующие:

- наличие общих целей, сформированных на основе потребностей и ценностных ориентаций участников движения;

- наличие идеологии, определяющей содержание и основные направления движения;

- отсутствие жестких норм и правил внутри движения, определенная «диффузность» (размытость) и гибкость организационной структуры;

- массовость движения, возможность участия в нем общественных объединений; - объективное стремление к самоуправлению и самоорганизации;

- определение принадлежности к движению мерой реального добровольного участия в нем; - высокая зависимость движения от роли

лидера (идеолога движения), цели, идеологии, традиций, культуры и осознания участниками движения стратегических перспектив [1,18].

Сегодня в республике осуществляют свою деятельность 43 молодежные организации, объединяющие в своих рядах свыше 300 тысяч молодых людей. Среди этих организаций наиболее массовыми и организованными являются следующие: Республиканская детская общественная организация «Пионеры Башкортостана», Союз демократической молодежи Башкортостана, Республиканское молодежное добровольческое движение пропагандистов здорового образа жизни «Вместе», общественная организация «Штаб студенческих строительных отрядов», Ассоциация объединенных скаутов Республики Башкортостан, Союз башкирской молодежи Республики Башкортостан, Союз татарской молодежи «Азатлык» и др. [7,86].

Численность и структура данных организаций различна. Так, Республиканская детская общественная организация «Пионеры Башкортостана» имеет 64 филиала и объединяет в своих рядах более 220 тысяч человек, Союз башкирской молодежи Республики Башкортостан в своих 10 филиалах объединяет более 12 тысяч членов, а Ассоциация объединенных скаутов Республики Башкортостан и ее 11 структурных подразделений включают в себя около одной тысячи человек. Таким образом, только 15% молодежи республики охвачены организационными формами молодежного движения, причем в основном за счет двух-трех крупных молодежных организаций[5,7].

В целом ощущаются явная недостаточность таких организаций и крайне малый охват молодежи. В республике действуют 52 государственных и муниципальных учреждения по оказанию социально-психологической помощи семье, детям и молодежи, в 68 районах и городах работают 206 подростковых и молодежных клубов и центров по месту жительства, в которых занимаются 141599 подростков и молодежи в возрасте от 7 до 30 лет; на базе учреждений высшего и среднего профессионального образования функционируют 23 студенческих клуба [3,46].

Необходимость координации и поддержки молодежных организаций в республике со стороны органов государственной власти только начинает осознаваться. В районах и городах со стороны органов по молодежной политике администраций муниципальных образований такая поддержка является редкой и избирательной. Анализ состояния современного молодежного движения в Республике Башкортостан позволяет выделить следующие проблемы его развития:

- незначительная роль государства в обеспечении деятельности и развития молодежного движения [5,213];

- современная молодежь разобщена: многочисленные ее группы, например, учащиеся, студенты и работающие в государственном и частном секторе экономики, не вовлечены в активное молодежное

объединение и выпадают из-под влияния как государственных, так и общественных молодежных организаций;

- многочисленные молодежные объединения своим вниманием охватывают в основном такие категории молодежи, как учащиеся средних общеобразовательных школ, студенты учреждений среднего и высшего профессионального образования, при этом из их поля зрения выпадают учащиеся и студенты негосударственных образовательных учреждений – достаточно многочисленный отряд молодежи;

- в большинстве негосударственных учреждений профессионального образования студенческое самоуправление отсутствует;

- влияние государственных и общественных молодежных организаций в основном направлено на молодых людей, проживающих в городе, – сельская молодежь в большинстве своем, за исключением жителей крупных районных центров, предоставлена самой себе;

- слабая координация молодежных организаций со стороны Государственного комитета Республики Башкортостан по молодежной политике и органов по делам молодежи администраций муниципальных образований [7,34];

- существующие многочисленные молодежные организации, большинство из которых объединяют молодых людей по интересам, функционируют автономно;

- в настоящее время наблюдается невысокая активность молодежи в избирательных кампаниях: по данным социологических исследований, 30% молодых людей в выборах не участвуют (реформа отечественной избирательной системы, влекущая за собой повышение роли политических партий в избирательном процессе, закономерно приведет к дифференциации молодежи по отношению к этим партиям; тем не менее сегодня 37,2% молодых людей отрицательно либо безразлично относятся к своему возможному членству в той или иной политической партии);

- не везде наблюдаются эффективные организационные и содержательные способы самореализации детей, подростков и молодежи, основанные на ясной стратегии, принципах, преемственности;

- в Российской Федерации не сформулирована научно обоснованная стратегия ГМП, что затрудняет разработку аналогичных стратегий в регионах с учетом их социально-экономических, национальных, историко-культурных особенностей [3,17].

Несмотря на отмеченные недостатки, молодежные движения остаются одним из важнейших условий и инструментов самоорганизации и саморазвития молодежи, вовлечения ее в активную созидательную социальную практику, общественную жизнь. В связи с

этим развитие молодежных движений должно стать важнейшим приоритетом ГМП Республики Башкортостан.

Список литературы

1. Арасланов, В.Р. Становление молодежных организаций в Республике Башкортостан / В.Р. Арасланов // Региональная экономика: взгляд молодых / Труды молодых ученых и специалистов. Вып. 2. — Уфа: Гилем, 2013. — С.244 - 247.

2. Буранчин, А.М. Этнополитическое развитие Республики Башкортостан в 1990-2000 гг. / А.М. Буранчин Уфа: РИО РУНМЦ МО РБ, 2010. —180 с.

3. Валеев, Д.Ж. История башкирской философской и общественно-политической мысли / Д.Ж. Валеев. —Уфа: Китап, 2011. — 352 с.

4. Ильясов, Ю.Т Деятельность молодежных общественных объединений, как механизм решения воспитательных задач учреждений начального и профессионального образования / Ю.Т. Ильясов // Педагогический журнал Башкортостана. — 2007. — №5 (12). — С. 26 - 29;

5. Кулыиарипов, М.М. У истоков суверенной республики: (к 80-летию объявления автономии Башкортостана) / М.М. Кулыиарипов. —Уфа: БГУ, 2007. —62 с.

6. Малютин, И. Молодежь в современном мире: о формировании ее ценностных ориентаций / И. Малютин // Вельские просторы. — 2008. — №3.—С. 177-183.

7. Молодежь Башкортостана на рубеже тысячелетий. / Редкол.: Дж. М. Гилязитдинов и др. — Уфа: Уфимский юридический институт МВД РФ, 2008. — 211 с.

УДК 339.138

**К.С. Воротникова (г. Екатеринбург, Уральский Государственный Аграрный Университет, научный руководитель – Я.А.Самоделкин)
ВОЛОНТЕРСКАЯ АКТИВНОСТЬ СТУДЕНТОВ УРАЛЬСКОГО ГАУ В РЕАЛИЗАЦИИ ПОЗИТИВНОЙ НАУЧНОЙ ПОЛИТИКИ ВУЗА**

Формирование общего пространства высшего образования РФ и ЕС позволяет высшим учебным заведениям развиваться в рамках единого подхода к обоснованной молодежной и позитивной научной политики. Волонтерская активность в общественной и научно-исследовательской работе – основная форма участия при реализации позитивной научной политики. Образовательное учреждение за счет данной технологии оказывается в сети социальных связей, что позволяет обществу влиять на содержание образования. Содержание образования и реальный мир становятся взаимосвязанными и взаимообусловленными, а университет - своеобразным эпицентром

продуцирования общечеловеческих ценностей - толерантности, свободы, прав человека [1].

В этой связи интересен опыт научно-исследовательской работы студентов УрГАУ в рамках курса по социологии. Предложена социологическая проблема, по оценке образовательных потребностей садоводов. Выбран наиболее экономичный способ сбора социологической информации как «фокус группа». Волонтеры УрГАУ провели структурированную беседу с респондентами, высокомотивированными садоводами Свердловской области, которые стремятся к качественному ведению личного садового хозяйства. Достичь определенного качества невозможно без специальных знаний, умений и навыков. В результате опроса были выделены следующие проблемы садоводов:

- 1) отсутствие специальных знаний по агротехнологиям;
- 2) ограниченное представление о возможностях возделывать новые садовые культуры;
- 3) ограниченный опыт по технологиям переработки и сбережения урожая;
- 4) отсутствие представлений о возможностях ландшафтного дизайна и создания рекреационных зон.

На основе вышеизложенных проблем садоводов были написаны студентами научные и образовательные проекты, которые в будущем помогут в развитии садовых хозяйств. Приведем некоторые наиболее характерные темы проектов:

- 1) качество и товарность плодов новых селекционных сортов яблок для Среднего Урала;
- 2) особенности формирования урожайности овощных культур;
- 3) условия хранения картофеля в овощных ямах гаражных боксов;
- 4) оптимальный выбор удобрений для разного вида почв [2].

Научно-практическое сотрудничество между студентами и преподавателями УрГАУ и садоводами-любителями позволило обогатить прикладную аграрную науку и практику.

Другой пример. Студенты-волонтеры УрГАУ участвуют в работе Общественных советов при органах внутренних дел Свердловской области. Они помогают сотрудникам полиции в организации, проведении и анализе опросов общественного мнения по теме .

Оценка эффективности, результативности и качества деятельности правоохранительных органов (полиции) по предоставлению государственных правоохранительных услуг гражданам [3].

Были поставлены следующие задачи исследования:

- 1) анализ состояния защищенности граждан от противоправных посягательств;

- 2) анализ социальных рисков и опасений граждан;
- 3) анализ уровня виктимности населения по различным видам преступлений;
- 4) оценить эффективность работы органа внутренних дел РФ по обеспечению защищенности граждан от противоправных посягательств и исполнению государственных функций;
- 5) определить характер взаимоотношений органа внутренних дел РФ с потерпевшими и заявителями;
- 6) анализ воздействия средств массовой информации и личного опыта граждан на характер оценки качества работы органа внутренних дел РФ;
- 7) анализ коммуникаций между населением и правоохранительными органами.

В результате решения задач исследования и реакции начальников полиции появляется социальный капитал доверия – важный ресурс развития для правоохранительных органов, а для студентов – бесценный опыт сотрудничества как с государственным институтом, так и с гражданами, респондентами.

Особо отметим, что научно-исследовательская деятельность в контексте волонтерской активности по реализации позитивной научной и обоснованной научной политики УрГАУ осуществляется студентами и преподавателями в специально созданных малых инновационных предприятиях и некоммерческих организациях, которые сами являются важными элементами гражданского общества.

Список литературы

1. Самоделкин, Я.А. Социальная активность молодёжи в контексте неформального обучения и воспитания / Я.А.Самоделкин // Личность в контексте межкультурного взаимодействия: Материалы I Всероссийской молодежной конференции. Труды Томского государственного университета. Серия психолого-педагогическая. –Т.278. –Томск, 2011. – С.19.

2.Кузнецов, В. Фокус-группа по оценке образовательных потребностей садоводов на примере садового товарищества «Автозаводец» / В.Кузнецов // Молодежь и наука. – 2015. – № 4. – С.2

УДК 339.138

Я.О. Люкина (г. Казань, Казанский (Приволжский) Федеральный университет, научный руководитель – д.с.н., проф. А. М. Нагимова)
ТОС КАК ЭЛЕМЕНТ В ОСНОВЕ РАЗВИТИЯ ПРИНЦИПОВ
ПРОЯВЛЕНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В СОВРЕМЕННЫХ
УСЛОВИЯХ

В организационной структуре на различных уровнях государственного управления все чаще произносится реформирование и моделирование эффективности управления. Это все больше демонстрирует существование различных проблем, касающихся многих сфер. Актуальные из них связаны с функционированием основных инфраструктур, необходимых для нормального существования граждан. Сельское хозяйство, культура, образование, ЖКХ, медицина – все это требует включения не только властных структур, но и самоорганизации общества.

Содержанием любого реформирования чаще всего присущ метод «попадания вслепую». Когда становятся очевидны разногласия внутри функционирования отдельного института, выходят на поверхность в качестве общественных прецедентов, государство стремится решить проблему, ту ее сторону, которая очевидна. Однако корень проблем остается. Именно поэтому преодоление социальных проблем возможно лишь в случае сотрудничества активных граждан и государства.

Определение гражданского общества как активной позиции граждан научное сообщество руководствуется темпоральной логикой понимания термина. В широком смысле под гражданским обществом понимается определение Баранова Н. А.: «состояние общественных является качественным показателем гражданской самодеятельности жителей той или иной страны, основным критерием разделения функций государства и общества в социальной сфере»[1]. Соответствуя этой логике, мы также понимаем по Насыровой С.П.: «это позитивная, конструктивная социальная сила, соотносимая и сопоставимая с государством, способная ограничивать его в сущностных проявлениях своей самостоятельностью»[3].

Многие авторы акцентируют внимание, что социальная активность является лишь феноменом гражданского общества, которая не имеет концептуализированных и упорядоченных способов возникновения. При этом, на стадии формирования сообществ, выделяются наиболее инициативные и активные участники, они занимают место организаторов таких сообществ, выдвигая интересы всего сообщества. Гражданские объединения образуются на основе собственных взглядов и интересов, цель которых – перейти к активному диалогу представителями властных структур, применяя при этом различные способы влияния. В зависимости от инструментов и моделей поведения, зависит результат такого взаимодействия. В рамках такого гражданского

неповиновения скрывается противовес отношений построения положительного эффекта.

Активная участие граждан можно рассмотреть в качестве примера включения в вопросы местного самоуправления. Как считает Блинов А. О., на сегодняшний день уделяется много внимания процессу реформирования отрасли жилищно-коммунального хозяйства, в котором основной акцент в управлении сделан на собственника жилья [2].

Федеральный закон, существующий уже более десяти лет, от 6 октября 2003 г. №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», показал свои результаты. В научной литературе прилагается множество оценочных рассуждений об эффективности и отрицательных сторонах результатов постановления. В любом случае это попытка и возможность «разбудить» гражданское общество, выйти на новый уровень отношения общества и власти.

Одним из таких способов является ТОС – территориальное общественное объединение, взаимодействие и самоорганизация индивидов по их месту проживания, где индивиды под свою ответственность решают проблемы местного характера, также является промежуточным звеном между властью и населением. Такое объединение способствует эффективному использованию ресурсов города, участвует в решении назревших проблемы.

Соколов А. А. проанализировал возможности общественных объединений и сформировал следующие положительные стороны данного сообщества: выступает как хозяйственный субъект, имеет влияние на властные структуры, объединяет в сообщество и формирует на отстаивание интересов граждан [4]. Направление работы данной организации определяют руководящие участники, они могут заняться благоустройством микрорайона, социальная и культурная работа, самоуправление и др. Существует многообразный спектр перечня работ и направлений, которые могут выбрать для себя участники.

Наиболее активны горожане в практике благоустройства территории, это непосредственно уход за улицей, домом и придомовым участком. За чистоту в подъезде в равной мере отвечает каждый жилец, назначаются дни уборки, субботники или составляются графики, украшаются стены подъезда, можно встретить в подъездах домов комнатные растения, некоторые активисты сажают цветы около дома, расписывают клумбы и сажают деревья. Сплоченная команда жильцов может сэкономить немало средств. Установить берегающие лампочки в подъезде, выиграть конкурс на реконструкцию крыши и покраску стен за счет государственных средств, поменять и установить новый лифт.

В частности, основные функции, способствующие благоприятной почве для проявления и развития гражданского общества это: заинтересованность в решении проблем собственного жилья через

государственные программы, взаимодействие граждан с местной властью, повышение уровня ответственности, опыт и передача его новым участникам, инновационные пути решения требуемых задач и др.

В противовес этому способствует: индивидуализации индивидов; сложившаяся социальная практика взаимодействия с местными властями также дает задний ход; отсутствие опыта и моделей поведения гражданской активности; отсутствие мотивации и стимулов у самих граждан в инициативном поведении и др. Кроме этого, стоит отметить, что излишняя активность некоторых граждан также мешает сосуществованию других. Часто ответственность за действия и решения жильцов домов несут посторонние организации. Поэтому необходимо хорошо проработанная законодательная почва для гражданской активности, где за каждое действие должна следовать ответственность.

В итоге можно отметить, что элементы гражданского участия и активности российского общества имеют быть и в настоящее время. Чтобы реализовать их в полной мере, необходимо время на создания многочисленных практик, опыт граждан, необходимо вырастить новое поколение с данными ценностями и мировоззрением, также отсутствие хорошо продуманной правовой основы мешает на пути формирования гражданского общества.

Список литературы

1. Баранов, Н.А., Пикалов Г.А. Теория политики/ Н.А. Баранов, Г.А.Пикалов. В 3 ч. – СПб.: Изд-во БГТУ, 2003. (URL: http://read.virmk.ru/b/BARANOV_POLITICA/13.htm)

2. Блинов, А.О. Управленческие аспекты развития социально-экономических систем ЖКХ / А.О. Блинов // Вестник УГАЭС. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. – 2015. – № 1 (11). – С. 51-55. (URL: <http://elibrary.ru/download/89844186.pdf>)

3. Нарыкова, С.П. Правовое государство и гражданское общество: мифы и проблемы (к вопросу о гражданском обществе) / С.П.Нарыкова // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2013. – № 5. – С. 55-58. (URL: <http://elibrary.ru/download/85449654.pdf>)

Раздел 3. Теоретические и прикладные аспекты изучения гражданского общества. Роль PR-коммуникаций в выстраивании диалога гражданского общества и власти

УДК 339.138

**А.Р. Гисметуллин (Ульяновск, Ульяновский государственный университет, научный руководитель – д.п.н. А.М. Булынин)
ВЛИЯНИЕ ВОЛОНТЕРСТВА НА ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ
СОЦИАЛЬНОЙ БАЗЫ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА**

В современном мире волонтерство является важным компонентом успешного социального развития, способным оказать содействие в решении актуальных социальных проблем государства и повысить качество жизни людей. Волонтерское движение в России часто рассматривается как один из методов культурно-воспитательной работы с молодежью. Волонтерство разными людьми понимается по-разному. Понятия «волонтер» и «волонтерство» в переводе с французского означает добровольный. Анализ справочной литературы, изданной в России, показывает, что понятие «волонтер» воспринималось исключительно в военном контексте. Так, энциклопедический словарь Ф.А. Брокгауза и И.А. Ефрона, изданный в России более века назад, определял волонтера как лицо, «добровольно поступающее на военную службу охотником или «вольнопределяющимся». Но под словом «волонтер» не всегда понималась высокая социальная значимость поступка. Волонтер или, как их называли в армии, вольнопределяющийся имел высокое материальное содержание, но при этом обладал большей свободой, из-за чего приобретал укоризненное название «вольница». Особое значение добровольческое движение приобрело во время русско-турецкой войны 1876 года, когда волонтеры помогали не только своему народу, но и заботились о братских балканских народах. Понятие «доброволец» окончательно приобретает смысл не столько человека, поступающего по собственной воле, сколько человека, готового жертвенно служить высоким социально значимым целям. Во Всемирной Декларации Добровольчества, принятой в январе 2001 года, отмечается, что добровольчество – фундамент гражданского общества, оно привносит в жизнь потребность в мире, свободе безопасности, справедливости. Актуальность добровольчества подтверждена и тем, что Организацией Объединенных Наций признано, что работа на добровольных началах должна быть важным компонентом любой стратегии, нацеленной на решение проблем в таких областях, как уменьшение нищеты, устойчивое развитие, здравоохранение, предотвращение бедствий и особенно на преодоление социального неравенства и дискриминации.

История человечества не помнит такого общества, которому были бы чужды идеи добровольной и бескорыстной помощи. Добровольная помощь, оказываемая человеком или группой людей обществу в целом или отдельным людям, основана на идеях бескорыстного служения гуманным идеалам человечества и не преследует целей извлечения прибыли, получения оплаты или карьерного роста. Она может принимать различные формы: от традиционных видов взаимопомощи до совместных усилий тысяч людей, направленных на преодоление последствий стихийного бедствия, урегулирование конфликтных ситуаций, искоренение бедности. Добровольная помощь включает в себя действия, предпринимаемые на местном, общенациональном и международном уровнях, а также на уровне международного сообщества в целом, которые осуществляются, невзирая на границы. Российский социолог Е.И. Холостова дает следующее определение понятию «волонтер»: «Волонтеры – это люди, делающие что-либо по своей воле, по согласию, а не по принуждению. Они могут действовать либо неформально, работать бесплатно, как в государственных, так и частных организациях медицинской, образовательной сферы, либо социального обеспечения, или являться членами добровольческих организаций... Волонтеры в современном значении – это члены общественного объединения социальной направленности» [2 с. 26].

Обычно выделяют следующие знаковые компоненты, присущие волонтерской деятельности:

Отказ от вознаграждения. Волонтер не должен заниматься волонтерской деятельностью с целью получения финансовой прибыли.

Проявление доброй воли. Вся деятельность должна осуществляться добровольно, без принуждения со стороны.

Свобода организационной структуры. Волонтерство может быть формализованным или неорганизованным, осуществляться индивидуально или в группе, общественных или частных организациях.

Мотивы участия в волонтерской деятельности основываются на ряде потребностей личности, которые группируются следующим образом: потребность в признании, потребность в достижении, потребность в самоконтроле, потребность в разнообразии, потребность в росте, потребность в общении. Добровольчество способствует формированию у волонтеров таких качеств, как милосердие, доброта, стремление прийти на помощь ближнему. Немаловажным результатом участия в социальном добровольчестве становится понимание возможности изменить что-то в обществе, в окружающем мире в лучшую сторону. Добровольческая деятельность за счет названного фактора формирует у человека потребность в деятельности, приносящей созидательные плоды. На сегодняшний день в России волонтерское движение только начинает активно развиваться, в него включились многие известные деятели искусства, особенно среди них выделяется

Чулпан Хаматова актриса театра и кино, которая являясь матерью троих детей, активно помогает детям больным онкологией. Проявляя гражданскую активность и сострадание к несчастным, она говорит: «Как привлекать к волонтерству не знаю. Но это нужно делать. Волонтерство – это закон соединяющихся сосудов: сегодня поможешь ты, завтра тебе понадобится помощь...» [4 с. 1]. Очень много людей, которые сами, пройдя через трудности, болезни, становятся убежденными волонтерами, ставя себе цель помочь другим, обремененным подобными проблемами. Самое главное, считают они, не должно быть равнодушия, а лишь только желание помочь окружающим. Ведь волонтер – это человек, выполняющий роль связующего между нуждающимся в помощи и теми людьми, которые могут ему в этом помочь, независимо от масштаба существующей проблемы. Он всегда найдет у них искреннее внимание и помощь. Следовательно, волонтерству присущи такие основные функции как организационно-регулирующая, технологическая, прогностическая, хотя перечисленными функциями не исчерпывается вся общественная значимость данного феномена. В научной литературе отмечено, что в общеметодологическом плане их доминирование оказывает серьезное влияние на развитие добровольческого потенциала. Опрос студентов Ульяновского государственного университета, участвующих в социально значимой неоплачиваемой деятельности, показал, что она прививает им стремление к ответственности не только за собственную жизнь, но и за благополучие общества в целом, не дает развиваться инфантильным и иждивенческим настроениям. Участие в организации добровольческих акций развивает у будущих социальных работников необходимые в профессиональной деятельности лидерские качества: умение заинтересовать людей и привлечь их к общественно – полезному делу, повысить уровень личностной организованности, добиться поддержки от государственных и коммерческих структур и т.п. Немаловажная особенность участия студентов в волонтерской деятельности – это возможность увидеть результаты собственного труда. Зафиксировано, что в процессе добровольческой деятельности студенты пополняют профессиональный опыт, расширяют свой кругозор, повышают культурный уровень, развивают социальный интеллект, творческие способности, осознают в целом необходимость развития гражданского общества.

Список литературы

1. Волков, Ю.Г. Молодежь и гуманистическая перспектива России / Ю.Г. Волков // Тезисы докладов и выступлений на II Всероссийском социологическом конгрессе «Российское общество и социология в XXI веке. Социальные вызовы и альтернативы». В 3 т. –М.: Альфа-М, 2003. Т. 3.

2. Мартынова, Е.В. Организация волонтерского движения: ценностно-смысловые, целевые, информационно-методические основы: Метод. пособие / Е.В. Мартынова, Е.Г.Попова. –Екатеринбург : ГОУ ВПО «УГТУ-УПИ», 2004.

3. Новый энциклопедический словарь. – М.: Большая российская энциклопедия. 2000.

УДК 339.138

М.В. Ефимова (Ульяновск, Ульяновский государственный университет, научный руководитель – д.п.н., профессор Н.В. Дергунова)

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И НКО КАК ФАКТОР ДОВЕРИЯ

В настоящее время в России сложилась ситуация, когда доверие к некоммерческому сектору низкое. В ходе работы общероссийского форума, прошедшее 15 января 2015 года, «Государство и гражданское общество: сотрудничество во имя развития» Президент России Владимир Путин рассказал о том, что он считает первостепенной задачей для гражданского общества. В частности, Президент упомянул о том, чем необходимо заниматься некоммерческим организациям в стране для того, чтобы быть ей полезной. По словам Путина, государство готово помогать тем НКО, которые готовы взять на себя решение общенациональных задач. Президент считает, что часть социальных функций региональные власти могут передать в сферу деятельности неправительственных организаций. Но тогда возникает вопрос, а доверяют ли граждане институтам гражданского общества и готово ли общество принимать помощь от НКО? Сможет ли государство создать атмосферу сотрудничества и доверия в обществе?

Доверие — уверенность в чьей-нибудь добросовестности, искренности, в правильности чего-нибудь

Доверие (trust) — вера в надежность человека или системы. Существует два вида доверия: доверие к людям, которое построено на личностных обязательствах («персонифицированное») и доверие к абстрактным системам («анонимным другим»), предполагающее безличностные обязательства. Под абстрактными системами понимаются символические знаки (например, деньги как инструмент обмена, средства политической легитимации) и экспертные системы — системы технического исполнения или профессиональной экспертизы, организующие наше материальное и социальное окружение [2].

Если обратиться к Докладу о состоянии гражданского общества в Российской Федерации за 2014 год, то следует выделить основные факторы.

На сегодняшний день развитие некоммерческого сектора осложняется рядом взаимосвязанных факторов. Во-первых, это отсутствие единой целостной системы государственного учета некоммерческих организаций. Во-вторых, это низкий уровень прозрачности деятельности НКО. Отсутствуют четкие и общепринятые правила формирования и опубликования отчетов и информации о деятельности некоммерческих организаций, нет системы для оценки деятельности и отчетности некоммерческих организаций и общественных объединений перед государством и обществом. В-третьих, некоммерческие организации в большинстве своем мало известны, сохраняется недоверие граждан к деятельности НКО.

Общество мало интересуется проблемами «третьего сектора». Согласно данным ВЦИОМ, большинство россиян (59%) затруднились назвать какую-либо общественную организацию. Те же, кто смогли указать их поименно, чаще всего упоминали «Гринпис» (6%) и фонд «Подари жизнь» (3%).

Уровень доверия к некоммерческому сектору в российском обществе остается на низком уровне. По данным опроса ВЦИОМ, 40% россиян полагают, что работа НКО никак не влияет на жизнь большинства граждан, треть опрошенных (34%) склоняются к тому, что общественные организации не нужны вовсе. Россияне пока не воспринимают НКО в качестве эффективного общественного института и в большинстве своем не выражают готовности участвовать в деятельности общественных организаций в будущем.

Одним из самых важных факторов для повышения доверия к организации является подотчетность. Она оказывает существенное влияние на уровень доверия к НКО.

Так и государство должно быть подотчетно гражданскому обществу. Постоянное сотрудничество государственных органов с деятельностью НКО даст возможность развитию не только публичной политике, но решению остро значимых проблем в российском обществе. Известны примеры, когда некоммерческие организации и государство не находят точки соприкосновения или «общего языка».

Некоммерческие организации оказывают адресную поддержку наиболее нуждающимся, разрабатывают инновационные виды социальных услуг и помощи, в особенности там, где государство не способно действовать в силу бюджетных ограничений или не успевает реагировать на вызовы времени (домашнее насилие, наркомания, бездомность, подростковая преступность и безнадзорность, сиротство, детская инвалидность и т.д.). В силу гибкости и оперативности НКО в борьбе с общественными недугами, третий сектор выступает полигоном испытаний инновационных социальных технологий. Часто НКО, которые занимаются представлением и защитой интересов и видят свою миссию в достижении прогрессивных перемен в обществе, имеют обширный

опыт в своей области и нередко обладают более высоким уровнем знаний, чем эксперты из государственных структур. (К примеру, НКО часто получают новейшие знания в своей области от международных сетей). Поддерживая такие организации, государство может обеспечить высокое качество услуг в социальной сфере и их соответствие международным стандартам. Законодательство РФ предусматривает различные формы взаимодействия государства и НКО. Условно их можно разделить на 2 группы:

1) экономические. Сюда относятся:

- предоставление НКО грантов, субсидий, других видов материальной помощи;
- размещение социального заказа;
- предоставление налоговых льгот НКО;
- предоставление НКО иных льгот, в т.ч. полное или частичное освобождение от платы за пользование государственным и муниципальным имуществом
- предоставление в соответствии с законом льгот по уплате налогов гражданам и юридическим лицам, оказывающим некоммерческим организациям материальную поддержку;

2) неэкономические. К ним относятся:

- проведение совместных мероприятий;
- общественно-экспертные советы;
- участие НКО в законотворческом процессе (лоббирование);
- взаимные консультации, обучение, обмен информацией;

На региональной ярмарке социальных проектов, проводимой Общественной палатой Ульяновской области, в мае 2015 года были представлены следующие проекты: «Социальная поддержка и защита граждан», где планировалось закупка продуктов одиноким больным и малообеспеченным гражданам, «Создание Кризисного центра для женщин, попавших в трудную жизненную ситуацию «Милосердие»». Также НКО «Общество защиты прав потребителей «Народный контроль» предлагал проект «Здоровое питание детям», где формируются основы и знания в сфере безопасности питания. Также известны проекты по объединению и реализации поддержки многодетных семей («Что нам стоит дом построить»), проводимые общественной организацией «Многодетное счастье».

Нужда партнеров друг в друге, понимание сильных и слабых сторон друг друга, неформальное отношение к проблеме позволяет построить зрелый тип взаимоотношений независимо от того, кто является заказчиком, а кто представителем услуг, кто донором, а кто исполнителем. Поэтому следует сделать вывод, что необходимо повышать уровень доверия граждан к НКО, и государство должно создать необходимые условия для подобного взаимодействия и сотрудничества.

Список литературы

1. Доклад о состоянии гражданского общества в Российской Федерации за 2014 год. – М., Общественная палата Российской Федерации, 2014. –184 с.
2. С.А. Кравченко. "Социологический энциклопедический толковый словарь. –М.: Изд-во МГИМО-Университет, 2011. – 408 с.
3. Ярмарка социальных проектов Ульяновской области. Каталог проектов. – Ульяновск, 2015 . - 80 с.

УДК 339.138

С.И. Кутушева (Ульяновск, Ульяновский государственный университет, научный руководитель – д. п. н., профессор Н. В. Дергунова).

ФОРМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПАРЛАМЕНТА И ИНСТИТУТОВ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ

На сегодняшний день в России протекает процесс становления гражданского общества как разветвленной системы независимых от государства общественных институтов, реализующих повседневные индивидуальные и коллективные потребности. В России, как полагают многие исследователи, власть пока все еще не готова относиться к гражданскому обществу как к равноправному партнеру, и попытки управлять институтами гражданского общества продолжаются. Усиление взаимодействия институтов гражданского общества и органов государственной власти является чрезвычайно важной задачей, решение которой будет способствовать форсированию процесса построения гражданского общества в России. Это взаимодействие происходит уже сейчас, и целью данного исследования является выявление форм интеракций органов государственной власти, в частности, российского парламента, с существующими институтами гражданского общества при помощи такого общенаучного метода, как анализ. Будет производиться анализ литературных источников, найденных по соответствующей теме, в частности, таких как журналы «Полития», «Вопросы политологии», «Юридический мир», материалы II Всероссийского форума молодых парламентариев, сборник статей о практике эффективного взаимодействия государства и гражданского общества в мире. Деятельность именно законодательных органов взята неслучайно – магистерская работа нацелена на анализ партий парламентского большинства, соответственно, данное исследование продемонстрирует один из аспектов деятельности парламента, что в будущем приложится к общей картине работы российских законодательных органов.

Типичной институциональной формой сотрудничества парламента с гражданским обществом являются специализированные комитеты и

комиссии, занимающиеся вопросами некоммерческих организаций. Например, в Венгрии с начала 1990-х существует парламентский Комитет по поддержке организаций гражданского общества, который в прошлом выдавал гранты из госбюджета национальным ассоциациям. Затем он взял на себя работу по формированию законодательства, регулирующего деятельность третьего сектора (всего спектра существующих некоммерческих организаций). Кроме того, в Венгрии также существует гражданское управление парламента, которое исполняет роль информационного центра, например, ведет базу данных неправительственных организаций, которым рассылает информацию о планах обсуждения законопроектов в интересующей их области; отвечает на запросы неправительственных организаций; координирует и организует их участие в заседаниях различных комитетов и т. д. В Германии Подкомитет по гражданской активности был создан в мае 2003 г. Его задача – содействие выполнению рекомендаций крупного исследования гражданского общества Германии и обсуждение профильных законопроектов и инициатив. В ряде стран принцип субсидиарности – принцип, в соответствии с которым социальные проблемы должны решаться на самом низком уровне, центральная власть должна играть вспомогательную роль, решая только те задачи, которые не могут быть эффективно выполнены на местном уровне – закреплен в их основных законах, например, в Конституции Португалии, что свидетельствует о развитости социального государства, о том, что уровень взаимодействия государства и гражданского общества весьма высок.

В Российской Федерации парламентом является Федеральное собрание, состоящее из двух палат – Совета Федерации и Государственной Думы. К институтам взаимодействия гражданского общества и государства, функционирующим на федеральном уровне, можно отнести Комиссию Совета Федерации по вопросам развития институтов гражданского общества, которая была создана 30 января 2008 г. В соответствии с Положением, к ведению Комиссии относятся вопросы:

- законодательного обеспечения институтов гражданского общества;
- деятельности общественных объединений и некоммерческих организаций;
- взаимодействия институтов гражданского общества с органами государственной власти и органами местного самоуправления;
- участия институтов гражданского общества в законодательном процессе;
- взаимоотношений государства и граждан;

- гражданских инициатив, участия граждан и общественных объединений в реализации государственной политики во всех сферах общественной жизни;

- бюджетного финансирования общественных объединений.

Основной приоритет работы – проведение общественной экспертизы федеральных законопроектов. С целью его практической реализации при Комиссии СФ уже создан экспертный совет, который станет площадкой для обсуждения законопроектов представителями гражданского общества. Наряду с законотворческой деятельностью работа Комиссии направлена на объективное рассмотрение обращений граждан и организаций, поступающих в Комиссию СФ и не нашедших понимания в органах государственной власти.

На уровне субъекта Российской Федерации такого рода деятельность можно наблюдать в Ставропольском крае, где краевая Дума в порядке эксперимента создала общественный экспертно-аналитический консультативный совет, состоящий из ученых, занимающихся экспертизой, анализом, консультациями по принимаемым законопроектам. Можно сделать вывод, что представители науки смогут повысить действенность, плановость, организованность, предсказуемость правотворческого процесса. Учитывая данный факт, целесообразным будет внедрить подобную практику во всех регионах. Также можно отметить Общественный совет при Думе городского округа Самара, созданный в 2005 г. В настоящий момент Совет включает в себя 46 общественных организаций, подписавших Соглашение о взаимодействии Думы городского округа Самара и негосударственных коммерческих организаций в нормотворческой деятельности и представляющих собой все сферы общественной и культурной жизни горожан. В соответствии с данным Соглашением Дума обязуется приглашать представителей НКО к участию в заседаниях Думы, комитетов Думы, временных комиссий, рабочих групп; в заседаниях круглых столов, думских слушаний, публичных слушаний; предоставлять негосударственным некоммерческим организациям проекты нормативных правовых актов, подлежащих рассмотрению на заседаниях комитетов Думы, рабочих групп, временных комиссий; материалы круглых столов, думских слушаний и публичных слушаний; повестки заседаний Думы, комитетов Думы, временных комиссий. Негосударственные НКО, в свою очередь, разрабатывают и вносят в Думу для обсуждения либо в порядке законотворческой инициативы проекты нормативных правовых актов; делегируют своих представителей для участия в Думе, комитетах Думы, временных комиссиях, рабочих группах; а также в заседаниях круглых столов, думских слушаниях, публичных слушаниях; направляют в Думу в письменном виде предложения для включения в план нормотворческой деятельности Думы на очередное полугодие; направляют в Думу в

письменном виде замечания и предложения к проектам нормативных правовых актов с приложением в необходимых случаях финансово-экономических обоснований и др.

Также большой интерес вызывают молодежные парламенты – это организационная форма, которая основана на историческом опыте работы государства с молодежью, лучших традициях формирования и развития социальных механизмов представительства законных интересов и прав молодых граждан в обществе, учета их мнения в вопросах его развития. Молодежные парламенты – форма общения молодежи с руководством страны, региона, муниципального образования; с другой – механизм сотрудничества государства с молодежью. Через молодежные парламенты власть имеет возможность наладить тесный контакт с молодежью, понять ее запросы и потребности, использовать потенциал молодого поколения для решения важных проблем государства и общества в целом. На сегодняшний день молодёжные парламенты имеют место во многих субъектах РФ, в том числе, в Ульяновской области – это Молодёжная Дума, которая является коллегиальным совещательным консультативным органом при Ульяновской Городской Думе, созданный в целях оказания содействия Ульяновской Городской Думе в разработке решений в сфере молодежной политики.

Таким образом, изучив существующие на сегодняшний день формы взаимодействия органов законодательной власти и институтов гражданского общества, как на федеральном уровне, так и на уровне субъектов, мы можем сделать вывод, что, в отличие от большинства развитых стран, мы не имеем достаточно развитой системы взаимоотношений между указанными субъектами политики. Несомненно, имеющиеся формы положительно сказываются на ходе развития гражданского общества в России, однако, необходимо большее число органов, отвечающих за связь с представителями общественных организаций на общегосударственном уровне, а также в регионах.

Итак, в ходе проведённого исследования был получен промежуточный результат – получена информация об определённом аспекте деятельности российского парламента – выстраивании отношений с институтами гражданского общества. Данная информация будет использована в ходе проведения магистерского исследования.

Список литературы

1. Автономов, А. С. Современные проблемы взаимодействия институтов гражданского общества и органов власти / А.С. Автономов // Полития. – 2006. – № 4. – С. 133-147.

2. Буллейн, Н. А. Сравнительный анализ европейской политики и практики в области сотрудничества между государством и НПО / Н.А.

Буллейн, Р.С. Тофтисова // Государство и гражданское общество: практика эффективного взаимодействия. Международный опыт: Сб. ст. и док. – Минск: ФУАинформ, 2009. – С. 43.

3. Воржецов, А. Г. Взаимодействие институтов гражданского общества и государства в современной России / А.Г. Воржецов, И. Ю. Ханнанова. – Казань: Изд-во Казан. гос. технолог. ун-та, 2008. – С. 178.

4. Гаврилова, И. Н. Проблемы гражданского общества в России // Вопросы политологии. – 2005. – Вып. 7. — С. 3-29.

5. Зотова, З.М. Власть и общество: проблемы взаимодействия / З.М. Зотова. – М.: ИКФ «Омега-Л», 2001. – С. 230-232.

6. Молодёжный парламент Ульяновской области [Электронный ресурс] // Официальный сайт Законодательного собрания Ульяновской области. – <http://www.zsuo.ru/dlya-yunyh-grazhdan.html>

7. Пастухова, Л. С. Вопросы закрепления молодежного парламентаризма в нормативных правовых актах на международном, федеральном и региональном уровнях / Л.С. Пастухова // Юридический мир. – 2007. – №6. – С. 45-49.

УДК 339.138

Н.И. Левахина, Г.М. Шигабетдинова (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ВИЗУАЛЬНЫЕ PR-КОММУНИКАЦИИ В ДИАЛОГЕ ВУЗА СО ШКОЛЬНИКАМИ

Для положительной динамики развития региона и страны во всех сферах жизни общества необходимы профессионально подготовленные кадры. ВУЗ выполняет важную стратегическую роль в подготовке кадров и выпуска их на рынок труда. На сегодняшний день существует большой выбор направлений в каждом вузе. Между высшими учебными заведениями растет конкуренция за каждого абитуриента, добиться увеличения числа абитуриентов можно только благодаря эффективно выстроенной коммуникационной стратегии.

Актуальность нашей темы состоит в том, что школьники являются самой молодой частью гражданского общества, одним из важных элементов становления гражданского общества является правовая и правозащитная культура молодежи, которая прививается в стенах высшего учебного заведения. ВУЗ выполняет значительную роль в формировании гражданского общества среди школьников, поэтому мы хотим определить место визуальной pr-коммуникации в диалоге между этим субъектом и целевой аудиторией.

Цель работы – определить значение визуальной pr-коммуникации в диалоге со школьниками. Для реализации этой цели нами было проведено количественное исследование методом анкетного опроса. Выборка нашего исследования составила 450 человек, были опрошены

школьники с 9 по 11 классы, Железнодорожного, Ленинского, Заволжского и Засвияжского районов.

В качестве теоретической основы для нашей работы мы решили выделить модель Маршалла Макклюза. В модель входят такие составляющие, как телевидение, кинематограф, пресса, реклама комиксы и фотографии. Суть этой модели заключается в следующем: коммуникация заключается в утверждении того, что форма сообщения – само сообщение, а создание визуальных образов можно считать необходимой формой представления знания. Сами по себе визуальные образы являются текстом, который может быть прочитан, хотя визуальные образы настолько явны, как письменные реализации и, соответственно, требуют определенных методов прочтения.

Наиболее эффективный способ установления контакта между вузом и школьниками именно через визуальные материалы, поскольку текст не является тем инструментом, который в первую очередь привлекает внимание, даже важная информация, которую нужно донести, может остаться непрочитанной, если она оформлена без акцентов на визуализацию, или не соответствует потребностям конкретной целевой аудитории [1, с.47].

Визуализация является наиболее важным условием в PR-коммуникации. В качестве визуального образа может выступать как рисунок, так и фотография. На сегодняшний день все чаще используется фотография. С точки зрения психологии память на эмоциональные образы и эмоциональные состояния, вызываемые визуальным сообщением, является наиболее прочной. Она сильнее воздействует на принятие решения, чем другие виды памяти. Особенности визуального сообщения в том, что оно имеет два композиционных центра: визуальный – место, которое вызывает произвольное внимание зрителя и смысловой – содержащий важную информацию [2, с.296-303]. Задача субъекта, устанавливающего диалог с аудиторией в совмещении этих центров.

Школьники – очень молодая целевая аудитория, которая подвергается постоянным изменениям в своих предпочтениях. Нам предстояло выяснить, как они относятся к фотографии как к самостоятельному средству передачи информации. Мнение респондентов о том, сможет ли фотография заменить другие средства информации, разделились практически поровну, это свидетельствует о том, что визуальная составляющая передачи информации не уступает, а лишь набирает обороты, также из полученных данных можно сделать вывод, что отношение школьников к фоторепортажу положительное. Из полученных данных мы выяснили, что 75% школьников любят фотографироваться и получать обратную связь с мероприятий в форме фотографий, а вот качеством и результатом не всегда довольны. Фотография – самая универсальная форма обратной связи, поскольку

можно передать характер, масштаб и направленность мероприятия, фотография всегда останется как напоминание о проведенном в университете на каком-либо семинаре или мастер-классе времени, поэтому важно, чтобы это напоминание и впечатление было положительным.

Из полученных одномерных распределений выявлено, что приверженцев воспринимать информацию именно через слово становится все меньше—21%, на 7% больше тех, кого интересует только фото, и ядро составляет 51% —те, кому важен и текст и изображение, это означает, что при подаче информации важно грамотно подбирать фотографии и составлять текст, чтобы никакой из этих видов информации не противоречил друг другу, а дополнял. В анкете был вопрос «Что больше всего не нравится наблюдать на фотографии», было предложено 6 вариантов ответов и вариант «Другое» (на которое дали ответ только 3 респондента). Стоит отметить тот факт, что эти респонденты ответили, что им не нравится наблюдать на фотографии некрасивых людей, значит эстетичность в коммуникации, конкретно фотографии, тоже играет значительную роль для этой доли респондентов. Из предложенных ответов наибольшее количество голосов получил вариант «обрезанный» объект, следовательно, 76% опрошенных считают, что с технической точки зрения важно соблюдать правила построения композиции фотографии. 50% опрошенных раздражает нерезкое размытое фото. 58% респондентов раздражают неуклюжие позы на фотографии. Нередко фоторепортажи с мероприятия выкладывают, не просматривая их досконально, а школьники, которые смотрят отчет, обращают внимание на не самые незначительные моменты в фотографии.

Знаменитый мировой фотограф Анри Картье-Брессон сказал о фотографии следующее: «Фотография — это средство понимания, неотделимое от прочих визуальных средств выражения. Это способ выкрикнуть, освободиться, а вовсе не доказательство и утверждение собственной оригинальности. Это способ жить.»

Итак, в ходе теоретического и эмпирического исследования выявлена значимость визуальной коммуникации в диалоге вуза со школьниками. В списке предпочитаемых источников информации в большинстве школьники выбирали ответ, где присутствует визуальная составляющая. В ходе социологического исследования мы выявили, что для 79% респондентов фотография важна в получении информации. Так же мы выяснили, что в создании благоприятного имиджа вуза посредством фотографии существуют проблемы. Чтобы решить проблемы, нами разработаны рекомендации по улучшению обработки фотографий: во-первых, опыт фотографа всегда имеет большое значение в создании материала, который будет «работать» на имидж вуза, чтобы избежать некачественных съемок, следует нанять одного

штатного фотографа; во-вторых, если на мероприятии несколько фотографов, то к фотографиям следует применять единый набор настроек при обработке фотографий, чтобы фоторепортаж в конечном итоге был выполнен в едином стиле, в-третьих, при создании фоторепортажа должны соблюдаться правила построения композиции, от этого зависит поймет ли аудитория главную мысль фотографий. Подразделение при университете, которое устанавливает коммуникацию со школьниками, должно учитывать особенности и пожелания целевой аудитории.

Список литературы

1. Карпов, С. Переживая визуальную революцию / С.Карпов // Журналист. – 2014. – №7. – С. 47 – 54.

2. Жуковская, Л. П. Визуализация образов и повышение эффективности рекламных коммуникаций: тенденции международного и российского рынков / Л.П. Жуковская // Маркетинговые коммуникации. – 2011. – №5. –С. 296-303.

УДК 339.138

Т.В. Березенко, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

РОЛЬ ЗРЕЛИЩНЫХ ИСКУССТВ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

Одной из основных задач нашего общества, встающих перед системой современного образования, является формирование культуры личности. Формирование культуры молодого поколения невозможно без обращения к художественным ценностям, накопленным обществом в процессе своего существования. Актуальность театра на протяжении многих веков обуславливалась его высокой социальной значимостью; в разные периоды театр являлся площадкой для постановки и рассмотрения острых социальных вопросов, особым средством передачи ценностных норм, правил, установок.

Искусство – это творческое отражение и воспроизведение действительности в художественных образах [1]. Театральное искусство выступает одним из факторов нравственного, эстетического, гражданского воспитания личности в формировании духовного и, уже, творческого потенциала личности. Но в последнее время, молодые люди игнорируют данный вид искусства. *Цель данной статьи:* выяснить, какую роль в жизни молодежи играет театр, и как он влияет на общественное мнение молодых людей.

«Как ни парадоксально, но в начале нового тысячелетия мы столкнулись с колоссальной проблемой, являющейся главной причиной наших всевозможных кризисов, – мир утратил нравственность»

[2, с.200]. Культуроформирующая роль театра была и остается предельно значимой. Герои, появлявшиеся на сцене в разные времена, заставляли зрителя не только сопереживать или негодовать, они заставляли зрителя соотносить свои поступки, свои жизненные принципы, нравственные идеалы и моральные критерии с поступками, принципами, идеалами и критериями героев своего времени. Им старались подражать даже в том, как они одевались, как говорили, как держали себя. И в этом смысле роль театра не изменилась. Изменились герои, выводимые на сцену, и, как следствие, изменилось представление о героях нашего времени. Именно в сценическом искусстве происходит непосредственное воздействие одного человека на другого [3, с 267].

Мы провели исследование и постарались выяснить, что влияет на решение «пойти или нет в театр» среди молодежи областного центра; анкетный опрос организован среди молодых людей 18-30 лет; выборка составила 400 человек. На вопрос «Какой способ проведения досуга Вы предпочитаете?» получены следующие ответы: 37% респондентов склонны к активному отдыху, 8% - к посещению любого культурного мероприятия, в том числе - театра. Раскрывая ответ о «культурном мероприятии», мы выяснили, что молодежь более всего предпочитают ходить в кино (53%), а на театральную постановку сходили бы 11% опрошенных. В настоящее время социальная функция театра как средства обсуждения острых социально-значимых проблем перешла к телевидению и кинематографу. Безусловно, в настоящее время главенствующую роль в воспитании личности молодого человека играют СМИ, которые вместо того, чтобы стать видом искусства, превратилось в синтез развлечений. Причины посещения театра разнообразны. Выяснилось, что 30% опрошенных хотят приятно провести время, 17% желают повысить уровень культурного развития, 7% опрошенных ходят смотреть любимую постановку; у 5% респондентов –нет особой цели.

На вопрос «Охарактеризуйте свое отношение к культурной жизни Ульяновска» большинство молодых людей затруднялись дать ответ.

Охарактеризуй свое отношение к культурной жизни Ульяновска

(ответ дай по каждой строке)

	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Б12. Интересна для меня	54%	23%	23%
Б13. Скучна для меня	25%	44%	31%
Б14. Отличается большим разнообразием	26%	35%	39%
Б15. Доступна потребителю	49%	11%	40%

Полученные результаты позволяют говорить о достаточно нестабильном положении театров и слабом привлечении зрителей. Чтобы выяснить причину непосещаемости театров респондентам был

задан вопрос «Что может помешать Вам посетить театр?». 25% молодежи областного центра отрицательно относятся к тематике постановки. Также разделяет пальму первенства ответ: «Высокая цена за билет» (24%). Еще мешают негативные отзывы о постановке (18%), просто не любят театр (16%), не устраивает местоположение театра (10%) и нелюбимые актеры (6%).

Помимо готовности зрителей к восприятию новаторства в театральном искусстве, необходимо учитыватьсообразность экспериментальных форм и смысловой нагрузки информационной модели спектакля, а также их соответствие духовной потребности человека. В противном случае, погоня за нестандартностью может стать причиной того, что спектакль как конечный результат является произведением искусства и не воздействует на общественное сознание.

Итак, у театра высокий потенциал в формировании общественного мнения молодежи, который до конца не использован. «Именно с театром связывают надежды те, кто видит в искусстве могучее средство эмоционального и нравственного воздействия на человека, помогающее в воспитании гармоничной личности, яркой самостоятельной индивидуальности, способной к творческому созиданию во всех сферах бытия, готовой противостоять стандартизации духовной жизни» [4, с.9].

Для повышения популярности театра, необходим выход театрального искусства на новый уровень, который отражает проблемы молодежной жизни.

Список литературы

1. Ашикова, Ю.М. Виды искусства и их классификация [Электронный ресурс] / Ю.М. Ашикова. – Режим доступа: <http://festival.1september.ru/articles/517176/>
2. Иванюк, Е. К проблеме искусства как средства общения и единения людей в связи с антропологическим кризисом / Е.Иванюк, Т.Быковская // Проблемы культуры и искусства в мировоззрении современной молодежи: преемственность и новаторство. – Саратов,2002. –С. 200-210.
3. Зыков, А.И. К вопросу о культуроформирующей роли пластики в современном искусстве / А.И. Зыков // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитар. науки. – 2012. –№ 8. – С. 266-271.
4. Конева, А.А. Новаторский театр как средство формирования духовных ценностей человека / А.А.Конева // Современные исследования социальных проблем. – 2012. –№10(18). – С. 1-11.

УДК 339.138

Д.А. Николаева, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

СМИ КАК ФАКТОР ВЫБОРА ШКОЛЬНИКАМИ БУДУЩЕЙ ПРОФЕССИИ

Выбор профессии в современном постоянно меняющемся мире является одним из самых главных решений человека. Необходимо выбрать не только занятие по душе, но быть уверенным, что в будущем оно будет необходимо людям и сможет приносить доход. В современных условиях эта тема особенно актуальна, ведь существует не только огромный выбор специальностей, но и масса вариантов ухода в смежные области обучения без отрыва от производства, получения дополнительного заработка. Если раньше люди выбирали одну профессию на всю жизнь, то сейчас молодое поколение часто меняет свои предпочтения, а соответственно и сферу деятельности. (переходя на другие специальности, меняя работы, получая второе образование и многое другое). Хорошо, когда есть возможность опробовать разные варианты, присмотреться, получить хороший совет. Если такой возможности нет, остается руководствоваться общими принципами выбора.

Цель данной статьи – понять, как на выбор школьниками будущей профессии влияют средства массовой информации (СМИ). Для её реализации мы провели собственное исследование среди старшеклассников, опросив 400 человек. Задачей исследования являлось изучение факторов и мотивов, которые влияют на профессиональное самоопределение учеников старших классов. Эмпирический материал собран на базе школ города Ульяновска и Ульяновской области.

Опрос показал, что лишь 30% делают свой выбор по собственному желанию, а на остальную большую часть оказывают влияние различные факторы. Мы выделили восемь факторов, влияющих на старшеклассников при выборе профессии: родители, друзья, учителя, СМИ, личные планы, способности, уровень востребованности, информированность.

СМИ и Интернет с каждым годом увеличивают свое влияние на профессиональный выбор. Молодежь все больше времени проводит в сети интернет, где читает актуальную информацию о востребованности той или иной профессии. Исследование показало, что 31% школьников принимает свое решение, опираясь на эти данные. Треть опрошенных сказали, что всю информацию, они предпочитают получать по различным Интернет-ресурсам и электронным СМИ. Можно подчеркнуть, что средства массовой информации, размещенные в «гаджетах», являются самым предпочитаемым каналом в молодежной

аудитории. Дальше это влияние будет только нарастать; это подтверждают международные исследования.

В 2010 г. группа индийских исследователей провела анализ факторов, влияющих на выбор профессии. В их рейтинговом списке на первое место респонденты поставили семью, на второе – учителей, следующим фактором идут СМИ и самое последнее место в рейтинге занимают профориентационные услуги. Таким образом, в мире СМИ находятся в первой тройке наиболее важных факторов.

Исследование факторов выбора карьеры показали, что у абитуриентов есть многочисленные внешние факторы, которые влияют на их выбор профессии. Эти внешние факторы включают в себя: политическую и экономическую ситуацию в стране, влияние ключевых лиц в выборе карьеры, что опять указывает на значимость СМИ, которые и распространяют всю эту информацию.

Под средствами массовой информации принято понимать социальные институты, обеспечивающие сбор, обработку и распространение информации в массовом масштабе. И от того, какую информацию они будут доносить до людей, и будет зависеть выбор многих школьников. Им важно, знать все подробности той или иной профессии, поэтому они и обращаются к интернету, телевидению или газетам. Но и есть и минус этой системы; он заключается в манипулировании. СМИ навязывают ту точку зрения, которая выгодна правящим кругам: сейчас всех призывают поступать на технические специальности, хотя предприятия в регионах не готовы принять такое количество инженеров. Одновременно без внимания остаются такие важные сферы жизни общества, как культура, социально-психологическое обеспечение. Результаты нашего исследования показали, что всего 3% выпускников школ идут в психологию, 2% – в литературу и историю, 5% – в искусство.

Сейчас, когда владение компьютером стало нормой, а финансовые технологии требуют меньшего числа работников, возникло больше возможностей для организации компаний самого разного профиля. Вступает в силу человеческий фактор: кто будет работать в этих компаниях, какие моральные и духовные ценности необходимы для того, чтобы любое дело стало успешным? На передний план выходят социальные науки: социология, педагогика, политология, психология. СМИ должны давать более объективный анализ состояния мира профессий и рынка труда.

Молодые люди хотят много зарабатывать, поэтому следуют за модными тенденциями, зачастую даже не учитывая свои способности и предпочтения. Еще один фактор - это предпочтение профессии своих родителей. Наше исследование показало, что 28% абитуриентов делают свой выбор именно по их советам, но профессию родителей выбирают не более 10%.

Таким образом, выбор профессии определяется многими факторами, влияние СМИ является одним из ведущих. От содержания различных каналов массовой информации очень сильно зависит выбор школьников. Однако, часто влияние принимает характер манипулирования. Комплексный анализ рынка труда, внимание к личным предпочтениям молодых людей – залог повышения эффективности формирования мнений молодежи в профессиональной сфере. Невозможно хорошо работать в той сфере, которая не приносит тебе удовольствия.

Список литературы

1. Климов, Е.А. Как выбирать профессию / Е.А. Климов. – М., 2001. – 256с.
2. Коваленко, А.А. Факторы, влияющие на выбор профессии молодежи / А.А. Коваленко // Наука и современность. – 2013. –№26. – С. 3-12.

УДК 339.138

Е.В. Рожнова, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)
ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ О РОССИИ И РОССИЯНАХ

Социальные проблемы интеграции иностранных студентов в российской реальности, как правило, рассматриваются в рамках учебно-воспитательного процесса. *Цель нашей статьи* - изучить мнение иностранных студентов к России и россиянам как фактор их интеграции в социальные отношения.

Общественное мнение – это актуализированное состояние общественного сознания, заключающее явное или скрытое отношение социальной общности к явлениям, событиям и фактам реальной жизни, отражающее определенную коллективную позицию по проблемам, представляющим определенный интерес. Необходимость исследования мнения иностранных студентов о России имеет социальное значение. Так как по данным четверть иностранцев остаются жить в России, и не покидают ее границы после окончания вуза, а остаются на неопределенное время.

В 750 образовательных учреждениях России учатся около 250 тысяч иностранных студентов из 150 стран; свыше 40 тысяч получают высшее образование за счет средств федерального бюджета нашей страны. Иностранные студенты приезжают из разных стран мира, где другие климатические зоны и традиции. Они являются представителями разных культур, норм и политических систем. Это выражается в их индивидуально-психологических особенностях. Приезжая в Россию, иностранцы погружаются в новые социальные условия. Условия жизни и

обучения им кажутся непривычными, так как существует разница в условиях обучения и жизни. Иностранным студентам необходимо привыкнуть к новым климатическим и бытовым условиям, манере поведения людей, языку и национальному характеру учебных групп.

В ульяновских вузах учатся студенты из стран ближнего зарубежья – 3,6 %, стран Европы – 3,2%, Стран Восточной и Юго-Восточной Азии – 4,4%, Стран Западной и Юго-Западной Азии – 7,4%, Стран Африки – 1,4%. Для исследования общественного мнения иностранных студентов о России и россиянах было опрошено 100 студентов из разных стран. Самые популярные направления – технические и информационные технологии, на втором месте – экономические; на третьем – гуманитарные и естественнонаучные направления.

В ходе анализа результатов анкетного опроса мы выяснили отношение иностранных студентов к жизни и проживанию в другой стране. Они считают, что существующее мнение и стереотипы не должны являться главным критерием выбора себе собеседника, друга или товарища. Сколько у тебя друзей среди россиян? Около 40% ответили, что много; остальные 60% предпочитают дружить с молодыми людьми своей национальности.

Соотношение студентов в учебной группе чаще всего такое: иностранных студентов одна треть (35%) по отношению к российским. Как правило, иностранцы обучаются в группах с российскими студентами. Этот фактор влияет на организацию более активных отношений с россиянами и поддержание товарищеских отношений.

По результатам нашего исследования сложился список качеств, которые, по мнению иностранных студентов, влияют на успешность в современной жизни: 1 – хорошее образование, знания – 30%; 2 – физическое и психическое здоровье – 16%; 3 - связи, знакомства с нужными людьми – 15%; 4 – трудолюбие – 14 %; 5 – коммуникабельность, умение ладить с людьми – 13%; 6 – способности в конкретной сфере – 12%. Успешными людьми себя считают почти две трети иностранных студентов (63%); в большей степени успешными себя воспринимают студенты, которые учатся на «удовлетворительно» и те, которые учатся на «хорошо». Совсем неуспешными людьми себя считает лишь пятая часть опрошенных.

Абсолютное большинство иностранных студентов в Россию сталкивается с множеством трудностей как физиологического (привыкание к климату, кухне), так и социально-психологического характера (приспособление к бытовым условиям, нормам поведения и требованиям учебной деятельности). Самая сложная область адаптации – учебная деятельность, что обусловлено необходимостью достижения высокого уровня владения русским языком, достаточного для приобретения профессионально значимых знаний и навыков. Большинство иностранных студентов считают свой уровень владения

русским языком достаточным для повседневного общения, но недостаточным для учебного процесса (работы с литературой, восприятия лекционного материала, устных ответов).

Иностранцев студентов, обучающихся в российских вузах, можно условно разделить на две группы — тех, кто решил учиться в нашей стране не только, чтобы получить знания и приобрести профессию, но и попытаться остаться на постоянное жительство, и тех, кто приехал с целью обрести специальность, а затем либо вернуться на родину, либо трудоустроиться в какой-то третьей стране. Не смотря на все российские трудности, 35% опрошенных студентов, собирается остаться работать в России, остальные планируют вернуться на родину. Причем результаты не сильно разнятся по полу и профилю опрошенных.

Итак, многие иностранцы стремятся сохранить свои иностранную культурную и идентичность. В процессе изучения вопроса иностранных студентов к России и российским студентам, нами было выявлено, что социальное взаимодействие представителей разных культур и их отношение развития от целого ряда фактора. К их числу относятся взаимные симпатии-антипатии, характер социальных особенностей приезжающих. Оказывает влияние и характер взаимоотношений, целый блок факторов, включающий социальные представления, стереотипы, установки, отношения или просто недостаток опыта общения.

Адаптация иностранных студентов к образовательной и профессиональной среде российского вуза - это комплексное явление, включающее в себя активные межкультурные коммуникации в рамках гражданского общества. Успешность процесса адаптации обеспечивает адекватное взаимодействие иностранных студентов с социокультурной средой вуза и региона, в котором происходит их личностное и профессиональное становление.

Список литературы

1. Вадутова, Ф.А. Оценка и прогнозирование адаптации иностранных студентов к условиям обучения в российских вузах / Ф.А. Вадутова, Л.И. Кабанова, Г.И. Шкатова // Вестник ТГПУ. –2010. – С. 123–126.
2. Емельянов, В.В. Студенты об адаптации к вузовской жизни / В.В. Емельянов // Социс. – 2007. – №9.
3. Крупец, Я.Н. Социальное самочувствие как интегральный показатель адаптированности / Я.Н.Крупец // Социс. – 2008. - № 4.

УДК 339.138

И.Д. Савина, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)
ЗЕМЛЯЧЕСТВА ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ КАК ФАКТОР, ВЛИЯЮЩИЙ НА АДАПТАЦИЮ В РОССИЙСКИХ ВУЗАХ

В современном российском обществе интенсивно развиваются межгосударственные образовательные контакты, увеличивается количество молодых людей, желающих получить образование в российских вузах. Успешность обучения иностранных студентов, уровень их профессиональной подготовки в значительной степени зависят от социокультурной адаптации в стране пребывания.

Отличительной особенностью работы с иностранными студентами в вузе является то обстоятельство, что наряду с процессом социализации студенты-иностранцы проходят процесс адаптации к инациональной среде: личность живёт, учится, воспитывается в другой национальной среде (причём, многонациональной). Адаптация студентов осуществляется в каждом из основных подразделений университета (факультет, кафедра, группа), проявляется в учебной, материально-технической, психологической сферах в соответствии с заданными нормами высшего образовательного учреждения.

Для российского общества характерна многонациональная и поликультурная среда, обусловленная полиэтничным составом населения. По данным Фонда «Общественное мнение», 60% населения Российской Федерации считает, что Россия по традициям и культуре представляет собой особую евразийскую цивилизацию, вследствие чего иностранному студенту ориентироваться довольно сложно [3]. Поиск форм адаптации иностранных студентов к условиям обучения в высших учебных заведениях России является актуальной проблемой. Одной из таких форм являются землячества иностранных студентов.

Цель нашей работы – определить влияние землячеств иностранных студентов на их адаптацию в российских вузах. *Землячество* представляет собой организационную структуру, по объёму превышающую малую группу, объединяющую иностранных учащихся, осуществляющую свою деятельность с учётом национальных особенностей и потребностей, возникающих в данном социуме в связи с обучением и проживанием в новой среде обитания [1, с. 67].

Работа землячеств строится с учётом национальности студентов. Каждое землячество представляет собой этническую группу, которая требует определённых коммуникаций. В связи с этим, работа землячества строится с учётом этнокультурных, этнопсихологических, а также возрастных и психологических особенностей студентов

Для реализации цели мы провели исследование «Профессиональное становление студентов вуза» среди студентов высших учебных заведений Ульяновска (2016 г.). Выборка опроса

составила 500 человек, из них 100 иностранных студентов. В ходе опроса были выявлены проблемы адаптации иностранных студентов в российских вузах и их профессионального становления.

На вопрос «Существуют ли в твоём вузе, регионе объединения (землячества) иностранных студентов?» 85% опрошенных иностранных респондентов ответили положительно, но только 35% из них являются членами такого объединения. Остальные иностранные студенты либо плохо осведомлены о существующих землячествах или не знают об их наличии, либо не состоят в них.

Задачи, которые выполняет землячество, по мнению иностранных студентов, *состоят в следующем*:

- помогает защищать права иностранных студентов (57%);
- участвует в решении проблем иностранных студентов (33%);
- оказывает финансовую помощь (20%);
- помогает в трудоустройстве (22%);
- организует культурные мероприятия (34%).

В основные задачи землячеств входят: знакомство с контингентом студентов, подразумевающее выяснение национально-культурной специфики данной этнической группы; определение уровня общеобразовательной подготовки; обоснования студентами выбора профессии; помощь в решении различных организационно-бытовых вопросов; обеспечение и контроль безопасного пребывания на территории РФ; знакомство с правилами безопасного проживания в общежитиях и на частных (съёмных) квартирах, правилами поведения в университете и общественных местах; оказывать финансовую помощь и помощь в трудоустройстве.

В ходе исследования мы также выяснили, что, в первую очередь, основными причинами несоответствия ожиданиям качества преподавания в вузе связано с недостаточным владением русского языка (45%). Языковые трудности препятствуют процессу включенности в новую культуру: усвоению основных норм, ценностей новой окружающей действительности. В этом контексте землячества оказывают негативное влияние: чем больше иностранные студенты контактируют только между собой, тем хуже развиваются их языковые способности.

Даже включившись уже в учебную деятельность, многие студенты из других стран продолжают говорить на своем языке (41%); почти столько же – на английском (46%). Менее предпочтительным является русский язык (13%). Плохое знание русского языка – одна из главных причин учебных трудностей в самооценках иностранных студентов. Чем старше курс, тем меньше доля тех, кто отмечает плохую языковую подготовку; однако на старших курсах более трети студентов из других стран ощущают слабую идентичность с языком и культурой принимающей страны.

Значительные трудности представляет проблема приспособления к условиям организации учебного процесса (32%) и жизни в общежитиях (30%). В решении этих проблем землячества играют позитивную роль; они связываются с руководством студенческих советов, администрацией общежитий. Успешное приспособление иностранных студентов к новой социально-культурной среде происходит благодаря активному общению в группе: у 40% иностранных студентов это общение вызывает проблемы; но столько же респондентов (39%) ответило, что у них много русских друзей. Дружеские отношения открывают границы приспособления, приносят наиболее плодотворные результаты в освоении профессии и в приспособлении к новым условиям проживания.

Использование различных форм работы с иностранными студентами через землячества культурно-массовые мероприятия, фестивали культур, сотрудничество с органами студенческого самоуправления – позволяет более эффективно решать задачи социокультурной адаптации.

Итак, важную роль в адаптации иностранных студентов играет землячество, которое оказывает психологическую поддержку, оптимизирует адаптацию иностранных студентов в инонациональной среде, содействует успешному приобретению профессиональных компетенций. Оно является эффективной системой помощи иностранным студентам в решении бытовых, социальных и психологических проблем. Однако землячества не должны выступать формой закрытого общения иностранцев друг с другом; в этом случае они становятся барьером адаптации и освоения профессии. Самая эффективная модель такая, при которой землячества являются коллективным субъектом, который вступает в активные коммуникации с другими субъектами российского гражданского общества.

Список литературы

1. Алтухова, О. Н. Кураторство землячества иностранных студентов в вузе как фактор социокультурной адаптации / О.Н.Алтухова, Н.В.Гончаренко // Социализация и воспитание подростков и молодежи в институтах общего и профессионального образования: теория и практика, содержание и технологии – Прага: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2013. – С. 60–74.

2. Арефьев, А.Л. Обучение иностранных граждан в высших учебных заведениях Российской Федерации: статист. сб./А.Л. Арефьев, Ф.Э.Шереги. –Вып. 7. –М. : ЦСПиМ, 2010. – 239 с.

3. Фонд «Общественное мнение»: [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru>. (дата обращения: 11.04.2016).

УДК 339.138

Р.Р. Хисамутдинова, О. В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ФОРМИРОВАНИЕ ГРАЖДАНСКИХ ЦЕННОСТЕЙ МОЛОДЕЖИ ПОСРЕДСТВОМ КИНЕМАТОГРАФА

Кинематограф всегда считался массовым видом искусства. Посредством кино человек может усваивать нравственные и гражданские ценности. Формирование гражданских ценностей представляет собой процесс становления и развития социально значимых позиций гражданственности, которая может быть рассмотрена не только как принадлежность к государству, но и как определенный уровень сформированности актуальных гражданских ценностей [1, с. 36]. Быть гражданином означает осознавать принадлежность к своей Родине, знать историю, традиции и культуру своей страны.

Важнейшим показателем гражданской культуры является активность, инициативное поведение и соучастие в общественных делах. На проблему формирования гражданских ценностей молодежи оказывает влияние происходящие в России социально-экономические и политические проблемы. Нередко производители кинофильмов напрочь забывают о том, что искусство должно играть воспитательную роль для подрастающего поколения, задавать как нравственные, так и гражданские идеалы общества. В настоящий момент ситуация киноиндустрии такова, что в большинстве случаев коммерческая составляющая в процессе создания фильмов выведена на первый план, основной целью является извлечение прибыли, увеличение наполняемости залов в кинотеатрах [2, с. 102]. В связи с этим актуальной становится тема определения роли кинематографа в формировании гражданских ценностей современной молодежи.

Киноискусство, как сфера, оказывающая значительное влияние на жизнь современного человека, в свою очередь, должно задавать некие гражданственные идеалы в сознании человека. Именно благодаря кинематографу есть прекрасная возможность показать наглядно молодежи истинные гражданские ценности, отражающие отношение человека к Родине; выражение уважения к истории, традициям, культуре своего народа, в чувстве долга и ответственности человека перед гражданским обществом, а так же представить гражданскую позицию нового современного человека.

Целью статьи является определение влияния кино на формирование гражданских ценностей молодежи. Исследователи данной области отмечают, насколько велика роль киноискусства в гражданском воспитании личности.

Анализируя сущность гражданского идеала россиян, необходимо отметить, что по данным опроса по проекту «Будущее России: социальная сфера» около 70% респондентов выделяют чувство

ответственности за судьбу страны, патриотизм как значимые компоненты гражданственности [3, с. 137]. Результаты исследований всероссийского исследования Российского общества социологов показали, что среди молодежи преобладает нормативный подход к пониманию роли гражданина; социокультурное содержание образа гражданина занимает «слабые» позиции. По представлениям молодежи, гражданственность – это исполнение законов (59%), противостояние произволу властей (20 %), противостояние экстремизму, национализму и фашизму (19 %), регулярная уплата налогов (15%) [4, с. 140].

С целью исследования гражданских ценностей среди молодежи были проведены социологические исследования. Результаты социологического исследования, проведенных в вузах регионов Среднего Поволжья (n = 1254), показали, что 52% респондентов под гражданством понимают наличие гражданских прав и обязанностей; 43% опрошенных сказали, что нужно любить свою родину, быть патриотом России.

Многие исследователи констатируют тот факт, что кино, являясь искусством зрительных подвижных образов, способно оказывать сильное влияние на внутренний мир человека. Гражданское воспитание личности средствами искусства кино связано с его спецификой, направленностью к зрителям, отражением социально-исторических потребностей, запросов и интересов. Современная ситуация в киноиндустрии подтверждает тенденцию, согласно которой фильм оказывается ближе к современным средствам медиа, таким как телевидение и реклама, все дальше от традиционного понимания искусства [3, с. 142]. В современном мире кино является одним из самых доступных и популярных видов искусства.

Для реализации цели мы провели собственное исследование на тему «Влияние кино на формирование жизненных ориентаций молодежи», методом анкетного опроса, было опрошено 364 человека – школьники, студенты колледжей, студенты вузов, молодые специалисты.

Результаты получились следующие. На вопрос «Как Вы считаете, влияет ли кино на ценности и поведение молодежи?» – большинство респондентов ответило, что кино, действительно, оказывает влияние на ценности и поведение молодежи – 59%; 37% – считают, что особого влияния нет. Мы решили углубиться в данный вопрос и узнать, а какое влияние кино оказывает на молодежь? Было предложено четыре варианта ответа, результаты получились следующими: «больше отрицательное» - 6%, «больше положительное» - 12%, «и то, и другое» – 44%, «никакого влияния» - 5%. Исходя из результатов видно, что молодежь при просмотре фильмов, скорее всего, не фильтрует для себя поступающую информацию, поэтому воспринимает как негативное, так и позитивное влияние.

С целью оценки конкретного влияния фильмов был задан вопрос: «Какие фильмы, российские или зарубежные, оказывают наибольшее влияние?». Исследование показало, что российские фильмы лидируют в этой позиции – 27%, зарубежные фильмы – 19%, но больше половины респондентов – 54% - ответили «и те, и другие» фильмы оказывают влияние, отражают проблемы молодежи. Что касается предпочтения в кино, опрос показал, что молодежь не отдает предпочтений каким-то режиссерам, темам, а смотрит любые, если они вызывают интерес – 62%.

Данные результаты должны учитывать производители кинопродуктов для молодежи. Кинокомпании и производители кино часто забывают о том, что кино должно отвечать на волнующие проблемы, особенно остро этот вопрос стоит в отношении современной молодежи. Рейтинг «проблемных зон» молодежи выглядит следующим образом: на 1-м месте – преодоление тяги к алкоголю и курению; трудности в учебе и профессиональном становлении (48-50%); на 2-м месте – проблемы отношений со второй половинкой, преодоление Интернет-зависимости (42-43%); на 3-м месте – борьба со скукой, депрессией, а также с наркозависимостью (25-30%). Все проблемы, названные молодыми людьми, связаны с условиями жизни, традициями и привычками в семье.

Итак, для молодежи кино является тем материалом, который в разной степени заполняет ее «экраны»; проблема состоит в том, что молодежь в возрасте от 15 до 25 лет редко использует продукты российской киноиндустрии в повседневной жизни. Чтобы кино больше влияло на гражданские ценности молодежи, необходимо более точное отражение в нем проблем молодых людей.

Список литературы

1. Рожкова, Л.В. Гражданские ценности современной студенческой молодежи / Л.В. Рожкова // Высшее образование сегодня. – 2012 – С. 36 - 44.
2. Темлякова, А.С. Роль кинематографа в формировании ценностных ориентиров молодежи / А.С.Темлякова, Л.М. Немченко // Сборник научных трудов. – Екатеринбург, 2013 – С. 102 - 110.
3. Дробижева, Л. М. Российская идентичность в массовом сознании / Л.М. Дробижева // Вестник российской науки. – 2009. – № 1. – С. 135–146.
4. Вишневский, Ю. Р. Гражданская культура студентов. Тенденции и проблемы формирования / Ю.Р.Вишневский // Социологические исследования. – 2009. – №4. – С. 145–157.

УДК 339.138

Е.К. Шехирева, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ОТРАЖЕНИЕ ИДЕЙ ПАТРИОТИЗМА В РОССИЙСКИХ ФИЛЬМАХ

Стремление России занять достойное место в современном мире, выстроить новую модель государственности и международных отношений, с опорой на мощный культурно-цивилизационный фундамент, убедили современных политиков, исследователей и публицистов вернуться к теме патриотизма. Современное видение патриотизма, его особенности, новизна, его восприятие обществом в условиях усиливающейся изоляции России на фоне продолжающейся мировой глобализации все больше и больше внедряется в нашу повседневную жизнь

В российском обществе начинает осознаваться необходимость формирования патриотических чувств и, особенно, в молодежной среде: патриотизм нацелен на укрепление целостности России, и позволит решить ряд социально-экономических, политических проблем, идея внедрение патриотических идей в отечественный кинематограф будет способствовать формированию единого гражданского общества [3, с. 41]

Отсюда вытекает *проблема*: с одной стороны, современный отечественный кинематограф выпускает огромное количество фильмов, в которых стремятся приобщить или напомнить зрителям про заслуги и подвиги своих соотечественников, а с другой стороны фильмы в которых присутствует доля патриотизма и сюжет построен на «тяжелую» тему не пользуются популярностью.

Целью статьи является: выяснить, каким образом идеи патриотизма отражаются в современных фильмах, и как данные фильмы влияют на молодое поколение.

Манипулировать сознанием большинства в последнее время стало весьма актуальной задачей. Мы провели социологическое исследование «Влияние кинематографа на жизненные ориентации молодежи». Среди респондентов были: 50% студенты, 25% учащиеся колледжей и 25% школьников из всех районов города Ульяновска. В ходе исследования было выявлено, что 18% опрошенных чаще смотрят западные фильмы, 25% опрошенных предпочитают смотреть современное отечественное кино; у остальных (57%) особых предпочтений нет.

Если сравнить фильмы, начиная с 2000 года, то можно сказать, что тенденция отсутствия патриотизма в них усиливалась. Сейчас продюсерам важно «продать» свой фильм, нежели сделать достойную картину. Наряду с этим, правительство России всячески пытается исправить эту проблему. В 2015 г. Путин открыл заседание правительственного совета по развитию отечественной кинематографии следующими словами: «Кино по сути своей много больше, чем развлечение. Это значительный ресурс образования, общения,

формирования личности. И, учитывая его неизменную популярность, особенно в молодежной среде, этот ресурс должен использоваться в полной мере» [2].

Увеличение финансирования отечественных фильмов стало больше, но качество упало. Если в 2005 г. количество фильмов, снятых на военную тематику было 18, то в 2015 г. их стало – 33. Но, несмотря на это, фильмы прошлых лет до сих пор на слуху, их знает большая доля населения. По данным нашего исследования, в ходе анализа открытых вопросов, 75% опрошенных написали фильмы, снятые до 2010 года.

Это свидетельствует о том, что сейчас люди мало задумываются о серьезных вопросах. Возможно, кинематограф перестает делать качественные фильмы на сложные для восприятия темы, с целью не «перегружать» население проблемами, так в стране кризис и все присущее ему последствия, которые очень сильно оказывают влияние на ментальность граждан России. Чтобы разбавить, этот политический и экономический натиск, киноиндустрия все больше и больше выпускает фильмов в жанре «комедия». По данным нашего исследования именно этот жанр пользуется популярностью среди молодежи (62% предпочитают смотреть именно такие фильмы).

Также по данным исследования, в ходе ответов на открытие вопросы («Какие вы посмотрели фильмы за последний месяц, и назовите свои любимые фильмы и своих любимых киногероев»). Стало известно, что 43% опрошенных назвали зарубежные фильмы, их главные киногерои – это безнравственные спасатели мира, грубые и жестокие, но справедливые. Отсюда можно сделать вывод: молодежь подсознательно пытается найти героя, который будет спасать мир, который будет вершить справедливость. Возможно, не осознавая того, молодежи не хватает именно таких фильмов в современной киноиндустрии.

Анализ фокус-группы. Среди респондентов были 50% школьники и 50% студенты; сценарий состоял из двух частей: ДО и ПОСЛЕ просмотра военных фильмов. В ходе этого исследования было выявлено, что до просмотра фильма учащиеся, казалось, почти не смотрят военные фильмы. Поэтому были представлены для просмотра следующие фильмы: «Журавли над Ильменем» (реж. Никита Аржаков), «Снайпер – Саха» (реж. Никита Аржаков), «В бой идут одни старики» (реж. Леонид Быков), «Брестская крепость» (реж. Александр Котт) и «Битва за Севастополь» (реж. Сергей Мокрицкий). После просмотра фильмов у участников значительно повысилось чувство гордости за свою страну. Подростки не имели представление о том, какие трудности пришлось пережить нашим соотечественникам в годы войны. У большинства участников фокус-группы фильмы военно-патриотического характера вызвали большой интерес. В итоге фильмы вызвали у ребят

такие чувства как: удовольствие, гордость, уверенность, восхищение, уважение, благодарность, удивление, изумление, печаль, огорчение, жалость, сочувствие, гнев и ужас.

Итак, духовно-нравственное состояние всего общества в России, показывает, что проблема целенаправленного патриотического воспитания населения страны, особенно молодёжи сегодня, становится весьма актуальной. Россия все еще является сильной страной, кинематограф должен стать одним из самых важных аспектов этого понимания. Именно в нем должны, отразиться главные проблемы современного общества, появятся новые герои, новое представление великих соотечественников.

Список литературы

1. Мамейчик, Г. А., Колпакова А. П. Роль военных фильмов в патриотическом воспитании школьников / Г.А. Мамейчик // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 19. – С. 136–140. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/95200.htm>.

2. Совецание представителей власти и общественности по вопросам нравственного и патриотического воспитания молодежи. <http://ros-idea.ru/site/163> (дата обращения :20.10.2015)

3. Поляков, Ю.М. Выращивать в себе талант любить Отечество / Ю.М. Поляков // Будущие хозяева России. –2006. – №24. – С.40 - 46.

УДК 339.138

В.И. Пигалов, И.А. Зосименко (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

РОЛЬ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

Современное общество сложно представить без средств массовой информации. Имея публичный, массовый характер они способны удовлетворять потребности различных социальных групп в получении актуальных сведений, побуждать аудиторию к определенным политическим действиям, выступать в качестве связующего звена между населением и властью. Кроме того, СМИ постоянно совершенствуются, используя новые формы и охватывая все новые сферы, тем самым вызывая непрерывающийся интерес к своей деятельности.

Цель данной статьи заключается в определении роли СМИ в формировании социально-политической активности населения. Для достижения поставленной цели, методом анкетирования, нами было проведено прикладное социологическое исследование «Социально-политическая активность граждан: проблемы и перспективы». В качестве эмпирического объекта выступило население города Ульяновска, разделенное по возрасту на молодежь (18-29 лет), средний (30-44 года), предпенсионный (45-59 лет) и пенсионный возраст

(от 60 лет); и уровню образования (высшее, среднее, среднее специальное). Выборка исследования составила – 360 человек.

Изучая политические убеждения населения г. Ульяновска, мы определили, что треть респондентов (33%) отрицают, что их политические взгляды были сформированы под влиянием кого-либо. Больше всего так считает молодёжь (40%). В то же время, в качестве одного из основных факторов формирования политических взглядов вне зависимости от возраста являются СМИ и Интернет (от 37% до 48% в каждой возрастной группы). Помимо СМИ в качестве агентов политической социализации зачастую выступают семья (19%), общественное мнение (13%) и друзья (11%). А политические партии и политические лидеры играют незначительную роль в этом процессе (5% и 8% соответственно). Так, полученные нами данные позволяют согласиться с тезисом о том, что СМИ способствуют становлению политических стратегий и тактических замыслов, делают их доступными и понятными большинству населения; оказывают влияние на политическое участие, которое, как известно, является одним из важнейших показателей демократичности общества, степени развития гражданского общества, соучастия граждан в политике и политическом управлении [1, с.175].

Проанализировав активность в получении политической информации необходимо отметить, что население г. Ульяновска в целом является осведомленным относительно основных политических событий, происходящих в обществе – согласно данным нашего исследования лишь 6% респондентов не получают никакой политической информации, так как им это совершенно не интересно. Основным источником получения данной информации вне зависимости от возраста являются новостные теле-радио программы, Интернет-порталы, периодические печатные издания, которые в той или иной степени затрагивают политику, формируют повестку дня, выделяя определенные события (проблемы, темы, явления) и акцентируя на них внимание, заставляя, тем самым, воспринимать предложенные сведения как наиболее важные. Самостоятельность в получении политической информации, использовании всех имеющихся доступных источников информирования в большей степени демонстрируют пенсионеры (26%). Относительно самих СМИ наибольшей востребованностью жителей города пользуется телевидение (от 73% до 86%) и Интернет (от 46% до 58% в каждой возрастной группе).

В отчете «Левада-центра» «Российский медиаландшафт: телевидение, пресса, интернет», опубликованном в 2014 году говорилось о телевидении как основном источнике информации для большинства россиян, независимо от их места проживания, социального статуса или уровня образования. Так, например, в данном документе отмечается, что выпуски телевизионных новостей смотрят практически

все, в том числе и те, кто узнает о происходящем «в стране и мире» из других источников, а само ТВ обладает практически безраздельной монополией на формирование общественно-политической повестки дня внутри страны. «Любовь к телевизору обусловлена тем, что люди не хотят лишней раз напрягаться. Просмотр телевизора — это ежедневная, устоявшаяся семейная практика, традиция. Человек приходит с работы и включает телевизор, который работает в фоновом режиме. Ему не нужно совершать усилия. Телевизор разжевывает и кладет ему в рот готовую, переработанную информацию. Чтобы получить новости из Интернета, надо как минимум понимать, что читать и где», — объясняет социолог «Левада-центра» Денис Волков [2].

Изучая возможности политического влияния СМИ, следует иметь в виду, что влияние на политику СМИ осуществляют, прежде всего, через воздействие на информационный процесс, что, в свою очередь, позволяет определенным образом формировать общественное мнение. От того, какую информацию, в какой форме и с какими комментариями получают субъекты политики, во многом зависят их последующие действия. Иметь важную информацию значит иметь власть; уметь отличать важную информацию от неважной означает обладать еще большей властью; возможность распространять важную информацию в собственной режиссуре или умалчивать ее означает иметь двойную власть [3; с.249-250].

Так, говоря об отношении населения к СМИ необходимо сказать, что не доверяют информации, присутствующей в том или ином СМИ практически четверть жителей города (19% опрошенных). Наибольшие же показатели доверия демонстрирует телевидение (45%), что можно объяснить хотя бы тем, что это наиболее распространенный источник информации.

Итак, СМИ (и сеть Интернет) играет большую роль в общественно-политической жизни. СМИ выступает не только как источник информации, относительно тех или иных событий, происходящий в регионе, стране и мире для подавляющего числа жителей г. Ульяновск, но и является главенствующим агентом политической социализации, делающий понятными и доступными политические стратегии и тактические замыслы. В целом же, характеризуя общую активность населения в получении политической информации, необходимо отметить высокий уровень осведомленности относительно основных политических событий, происходящих в обществе, что становится возможным благодаря тому, что СМИ формирует повестки дня, а также актуализирует политические и социальные проблемы.

Список литературы

1. Зосименко, И.А. Солидарное общество и российские реалии / И.А. Зосименко // Поволжский педагогический поиск. – 2013. – №3 (5). – С. 172-177.
2. Комилова, З. Роль СМИ в проведении выборов / З. Комилова // Ученые записки Худжандского государственного университета им. академика Б. Гафурова. Гуманитарные науки. – 2014. – №1 (38). – С.248-254.
3. Россия тонет в телеволнах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.levada.ru/old/20-06-2014/rossiya-tonet-v-televolnakh> – Левада-Центр. – (дата обращения: 05.04.2016).

УДК 339.138

Л.В. Сидорова, Т.В. Ключева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

РОЛЬ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЙ ДОСУГОВОГО ПИТАНИЯ

Сегодня сфера общественного питания развивается весьма активно. В каждом городе действует множество ресторанов, кафе и баров, которые стремятся наладить взаимодействие с посетителями, привлечь их и удержать. При этом стратегическое конкурентное преимущество может обеспечить только наличие устойчивого общественного мнения о конкретном предприятии общественного питания, либо сфере в целом. Общественное мнение в значительной мере влияет на информированность, отношение и лояльность горожан к тем или иным организациям. При этом особую роль играют средства массовой информации как эффективный канал связи с массовой аудиторией.

Исходя из этого, нами была сформулирована цель статьи: выявить влияние СМИ на формирование общественного мнения потребителей предприятий общественного досугового питания.

В рамках изучения данного аспекта нами было проведено исследование «Предприятия досугового питания: отношение потребителей» (Ульяновск, 2015-2016 гг.) среди жителей Ульяновска в возрасте от 18 до 50 лет. Объем выборки составил 360 человек.

Изучая влияние СМИ на формирование общественного мнения относительно предприятий досугового питания Ульяновска, мы опирались на теорию когнитивного соответствия и связанные с ней понятия когнитивного диссонанса и селективных процессов. Теория когнитивного диссонанса исходит из положения, что люди выбирают сообщения, которые соответствуют оценкам и убеждениям ближайшего окружения. Индивид стремится сохранить свое мнение, избегая сообщений, которые могут его изменить. Под когнитивным соответствием понимают также тенденцию (со стороны индивидов)

поддерживать или возвращаться к состоянию когнитивного баланса, и это стремление к равновесию определяет тот тип побудительной коммуникации, к которому индивид может оказаться восприимчивым.

Суть теории диссонанса Л. Фестингер объяснил так: любая информация, не соответствующая имеющимся у человека оценкам и убеждениям, вызывает психологический дискомфорт (диссонанс), от которого необходимо избавиться; обычно люди стараются не менять свои знания о себе и свои знания об окружающем мире. «Когда человек узнает различные вещи, которые психологически не стыкуются друг с другом, он старается самыми разными способами привести их более или менее в соответствие» [1, 122]. В совокупности эти «способы» называются селективными процессами. Они действуют как крайне сложные механизмы фильтрации, отсеивающие ненужные сенсорные данные, одновременно быстро выявляя и высвечивая в них самые нужные модели.

Также для анализа позиций посетителей ресторанов и кафе нам важна теория социальной дифференциации. Согласно данной теории, люди, относящиеся к конкретной социальной группе: по возрасту, полу, уровню дохода, вероисповеданию часто ведут себя одинаково. В частности, они чаще всего выбирают одинаковое содержание в СМИ, похожим образом его интерпретируют, воспринимают информацию избирательно и реагируют на нее схожими моделями поведения.

Важным дополнением к этим двум формулировкам селективного влияния стала теория социального влияния, утверждающая, что связи с семьей, друзьями, коллегами могут оказывать сильное влияние на восприятие людьми сообщений средств массовой информации. При этом информация, получаемая индивидами из окружения сама по себе, часто также является сообщением средств массовой коммуникации.

На практике сегодня посетители предприятий досугового питания обращаются к СМИ весьма избирательно. Респонденты отметили, что о деятельности ресторанов города чаще всего они узнают посредством социальных сетей (46%) и по рекомендации близкого окружения (45%) (Рисунок 1). Каналы опосредованной коммуникации: социальные сети, интернет-издания как раз позволяют подбирать сообщения максимально соответствующие интересам аудитории. Высокое значение канала личных знакомств и связей подтверждает важность теории социального влияния.



Рисунок 1. Каналы коммуникации ресторанов

Согласно исследованию, проведенному РБК.research, около трети россиян после посещения ресторанов и кафе делятся положительными отзывами о них в социальных медиа, а около пятой части – рассказывают о негативном опыте. Каждый второй российский посетитель ресторанов и кафе (от 18 до 54 лет) перед первым посещением заведения общепита старается найти интернет-сайт заведения и подробно ознакомиться с его содержанием. Только 5% являются активными участниками групп и сообществ любимых ресторанов и кафе в социальных сетях [2]. Возможно, именно эти люди являются лидерами общественного мнения – они лучше всех осведомлены, активнее других реагируют на все изменения внешней среды ресторанов.

Именно поэтому предприятиям общественного питания необходимо в своей деятельности позаботиться о качестве рекламных и PR-коммуникации, реализуемых прежде всего через средства массовой информации: именно сообщения по этим каналам, фокусируются на наиболее заинтересованной части общественности, лидерах общественного мнения. Актуальным представляется создание и поддержание собственного источника актуальной информации: в виде группы в социальных сетях, интерактивного, постоянно обновляемого интернет-сайта (это достаточно распространенная сегодня практика) либо в виде печатного СМИ. Такой формат взаимодействия с общественностью используется в ресторанах и кафе несколько реже.

На примере формирования общественного мнения посетителей ресторанов мы видим: в сообщениях СМИ представители общественности находят, отбирают, запоминают, анализируют сообщения, преимущественно наиболее соответствующие существующим у них установкам, а затем, опосредованно, через непосредственные контакты с близким окружением или опосредованно, через социальные сети, эти сообщения доходят до широкой аудитории.

Список литературы

1. Фестингер, Л. Теория когнитивного диссонанса / Л. Фестингер. – СПб., 2009. – 318 с.

2. «Российский рынок общественного питания 2013» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketing.rbc.ru/articles/11/07/2013/562949987835652.shtml>.

УДК 339.138

А.В. Процюк (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет, научный руководитель – д.соц.н., профессор О. В. Шиняева)

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВИДЕОРЕКЛАМЫ В ОЦЕНКАХ МОЛОДЕЖИ

Актуальность темы исследования обусловлена рядом причин. Во-первых, видеореклама стала появляться в Рунете три года назад, для Интернет-пользователи она все еще остается непривычной. В 2009 году на RuTube прошли более 450 рекламных кампаний с использованием видеокреатива. Собранная статистика позволила аналитическому и коммерческому департаментам портала сделать интересные выводы об эффективности видеорекламы в сети.

Во-вторых, реклама в формате роликов по-прежнему интересна аудитории: самый популярный формат — небольшие видеоролики (пре-роллы), досматривают до конца от 50% до 84% зрителей. Самые активные зрители видеорекламы — пользователи от 18 до 34 лет (как раз-таки молодежи). С середины 2008 затраты на видеорекламу в Рунете увеличились почти вдвое, число показов — примерно на треть.

Самый популярный вид видеорекламы — демонстрация видео в баннере стандартного формата. Он же является и самым дешёвым в изготовлении и размещении. Самый перспективный вид видеорекламы — ролики в потоковом видео. Он же является и самым дорогим форматом: кликают на видеорекламу в семь раз чаще, чем на баннерную.

Большее половины пользователей после просмотра видеорекламы предпринимают какие-либо потребительские действия. Самым перспективным в Рунете можно назвать показ рекламы до или после видеоролика. Видеоконтекст (текст рекламного сообщения, выводимый прямо поверх ролика) — спорный формат, довольно сильно раздражающий пользователей.

Целью нашей статьи является выявление коммуникаций через видео рекламу как эффективного инструмента в подаче учебного заведения в глазах молодежи. Вопрос, который ставится в этой статье относится к оценке эффективности видео рекламы в оценке молодежи. В исследовании был упор на управление репутацией вуза, поэтому иногда будут ссылки на репутацию. Эффективность видео рекламы

зависит от репутации рекламируемого продукта, в том числе и образовательных услуг, в нашем случае репутации вуза.

Основным подходом для поиска ответов на этот вопрос был анализ в исследовании, проведенном методом анкетного опроса. Анализ ответов показал, что при просмотре видеорекламы пользователи осознанно осуществляют переход на сайт рекламодателя.

Самыми активными потребителями видеорекламы оказались пользователи сети в возрасте 25-34 лет (26%), следом идет аудитория от 18 до 24 (24%). Чуть меньше пятой части аудитории — молодежь до 17 лет (отсчет ведется с 12-летнего возраста), 22% тех, кому уже исполнилось 35, но нет 45. Люди в возрасте от 45 до 54 составляют лишь 9% потребителей видеорекламы.

По роду занятий самая массовая аудитория видеорекламы — офисные служащие низшего и среднего звена. Они составляют чуть менее 40% всех потребителей данного формата. 17% руководителей также не обходят видеорекламу своим вниманием. Следом за служащими идут студенты (30%), рабочих, домохозяек и безработных граждан, интересующихся видеорекламой, намного меньше. Если вспомнить о структуре пользователей сети, то данное разделение будет вполне логичным.

Из-за крайне ограниченного бюджета образовательные учреждения не могут использовать все элементы коммуникативной деятельности, поэтому основной упор зачастую делается на рекламную деятельность. Рекламная деятельность учебного заведения является достаточно значимой, так как несет на себе не только информационную функцию, а также коммуникативную и имиджевую.

Одним из основных показателей эффективности для видеорекламы является качество контакта с аудиторией, возможность передавать эмоциональную составляющую рекламного сообщения. На данный момент на рынке нет единой системы оценки данного параметра, и ведущие игроки индустрии ведут активную работу в этом направлении. Из технологических параметров уже сейчас мы можем оценивать процент досмотров пользователями рекламных роликов до конца, а также, на какой секунде пользователи совершали переход на сайт рекламодателя.

По сравнению с телерекламой, отклик по которой по-прежнему выше, люди, увидевшие видеорекламу в сети, чаще запрашивают дополнительную информацию о продукте и делятся найденным с друзьями и знакомыми. Покупки, сделанные благодаря онлайн-рекламе более обдуманные и взвешенные, тогда как импульсивность потребления после телерекламы все-таки выше. Именно потому, как думается, в сети в видеоформате чаще рекламируются крупные и так называемые интеллектуальные товары, совсем мало — продукты, бытовая химия и различные мелочи.

Исследование показало, что наиболее эффективный хронометраж пре-ролла, по мнению молодежи, составляет 5-10 секунд. При меньшем хронометраже пользователь получает меньше информации о рекламируемом товаре или услуге. При хронометраже, большем 5 секунд, начинается значительный рост CTR, что свидетельствует об увеличении интереса со стороны аудитории к рекламируемому продукту. При хронометраже, большем 10 секунд, зрители часто не досматривают рекламу до конца. В нашем исследовании мы выявили оптимальные значения хронометража таких форматов как пре-роллы и пост-роллы. Основными контролируемыми параметрами в данном случае были влияние хронометража на процент полных просмотров и на изменение значения CTR.

Анализ рекламных коммуникаций высших учебных заведений в Интернете, а также оценок этой рекламы молодыми людьми позволила сделать следующий вывод. Ключевой составляющей рекламного сообщения вуза должна быть информативность; к этому критерию обязательно должны прилагаться – красочность и ненавязчивость. Видеореклама эффективна, но без высокого качества исполнения – бесполезна. В видеорекламе вуза должны присутствовать такие сообщения, которые отвечают потребностям целевой аудитории – качество образования, современные профессии, эффективные формы общения и саморазвития.

Список литературы

1. Бойцов, В.А., Реклама: творческая идея / В.А. Бойцов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – №3. – С. 43-57.
2. Бударина, О.А. Коммуникативные технологии формирования и продвижения имиджа муниципальной власти (политологический анализ): автореф. канд. псих. наук: М., 2012.

УДК 339.138

Т.С. Рыбышкова, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)
РОЛЬ ПУБЛИЧНЫХ БИБЛИОТЕК В ОРГАНИЗАЦИИ ПРОСВЕЩЕНИЯ И КОММУНИКАЦИЙ НАСЕЛЕНИЯ

Сегодня происходит эволюция социальной роли библиотеки, развиваются и становятся более разнообразными их функции. Наряду с информационной, культурно-просветительной и образовательной деятельностью они все больше играют роль инициаторов гражданского взаимодействия, способствуя тем самым демократизации библиотечного дела и общества, формированию общественного согласия и стабильности, социализации, развитию интеллектуального потенциала людей.

Однако стремительное развитие цифровых технологий и глобальной сети Интернет на наших глазах влияют на библиотеки и впервые ставят вопрос о «границах» библиотечного пространства и самих основах существования традиционных библиотек и их функций. Читатели массово покидают библиотечные залы и превращаются в «удаленных пользователей»; публичная библиотека перестает быть популярной, происходит глобальное отчуждение аудитории от книги, увлечение визуальными и слуховыми медиа; вместе с обесцениванием печатного документа и ускорением доступа к цифровым ресурсам исчезают, утрачиваются навыки чтения, медленной, неторопливой умственной работы и рефлексии.

Особую роль в гражданском информационном обществе библиотекам отводит А. В. Соколов. Он предлагает перейти от приоритета информационной функции к приоритету гуманистической миссии. Библиотечное сообщество должно активно применять информационные технологии, используя локальные и удаленные информационные ресурсы для удовлетворения информационных потребностей читателей, но миссия библиотек состоит «в спасении информационного общества от губительного недуга дегуманизации» [2,28]. Место библиотеки «находится в ряду таких терминальных систем, как архивы, книжные палаты, музеи, выставки, картинные галереи и т. п. Их сущность состоит в обеспечении принципиальной возможности соединения между документом и пользователем» [3, с.20].

О будущем библиотек рассуждали Ф. Ланкастер, Э. Одлизко, Дж. Солтон, Р.С. Мотульский. Объединяет эти идеи то, что они предрекали снижение значимости печатного документа. В то же время разнообразие других задач, которые определяют роль библиотек в обществе, ими не рассматривалось [1, с.49]. Все ученые сходятся в одном: переход к информационному обществу диктует новые условия функционирования библиотек.

Цель нашей работы – определить роль публичных библиотек в организации просвещения и коммуникаций населения. Для реализации цели мы провели собственное социологическое количественное исследование «Формирование нового имиджа городской библиотеки» (2015 г.); выборка опроса – 740 человек из всех районов Ульяновска, а также качественное исследование методом фокус-групповой дискуссии «Роль городской публичной библиотеки в жизни человека» (2016 г.); выборка исследования – две фокус-группы: первая с молодыми людьми в возрасте от 18 до 24 лет, которые не посещают библиотеки, вторая с посетителями библиотек, в возрасте от 35 до 75 лет.

По результатам нашего исследования выяснилось, что библиотека является приоритетным учреждением культуры в регионе: 11% респондентов посещают ее ежедневно, 22% – 2-3 в месяц. Это значительно больше, по сравнению с другими культурными

учреждениями. Результаты опроса свидетельствуют о том, что библиотека как социальный институт не перестает играть важную роль для населения. Результаты опроса показали корреляцию возраста и степени востребованности различных учреждений культуры: среди возраста 18-24 и 25-30 лет на первом месте по посещению находятся кинотеатры, а библиотеки на последнем. Самыми активными посетителями библиотек являются жители от 40 до 60 лет. Для тех, кто часто посещают библиотеку, библиотека – это не просто хранилище книг, а нечто большее, что дает им силы, позитивное настроение, друзей: *«Когда я думаю о библиотеки, мне приходит на ум Пушкин, Достоевский, Есенин... Книжки-друзья, любимые... Хорошие люди, которые живут интересно, творчески.* (Владимир). *«Библиотека для меня – это для меня и отдых от всех наших проблем это и для меня и самое важное, что еще осталось в жизни».* (Александр). *«Библиотека для меня – это встреча с книгой новые знания, самосовершенствование»* (Олег).

По мнению молодежи, которая не посещает библиотеку, она давно является предметом скуки и старины: *«Тишина, скука, знания. Тишина ассоциируется, потому что никто не шумит, и отсюда же появляется слово скука»* (Юлия). *«Серость, хочется спать, скука* (Кристина). *«Советские шкафы с пылью, бабушка библиотекарь»* (Игорь). *«Библиотека скорее ассоциируется просто с доступом к информации, но не с досугом, развлечение. Потому что тебя постоянно ограничивают – не шуми, не разговаривай, не делай, не ходи!»* (Мария). *«Библиотека не для развлечения, она скорее для труда»* (Владислав).

Анализ ответов показал, что молодежь предпочитает Интернет библиотеки: *«Сейчас вся информация представлена в Интернет, и я думаю, библиотеки стали не так востребованы, как были раньше. Но все же библиотеки существуют и это скорее связано с тем, что информации в Интернете много, но она не всегда достоверна. И чтобы обладать более качественной информацией лучше будет сходить в библиотеку.* (Кристина) Это свидетельствует о сложившихся негативных стереотипах вокруг библиотеки.

Исследование показало: каналы и формы коммуникаций библиотек малоэффективны. До целевых аудиторий не доходит большая часть информации о проводимых мероприятиях и услугах. Мероприятия мало посещаются, постоянных участников мероприятий, проводимых городскими библиотеками, немного. Распространенными каналами коммуникаций являются радиореклама, газеты и печатные издания, но 66% жителей не замечают рекламу городских библиотек. Для более эффективного воздействия необходимо сегментировать аудитории и использовать каналы, которые будут эффективны для конкретной группы людей.

В ходе исследования мы выявили, что наиболее востребованные функции библиотек — это образовательная функция, кумулятивная и отчасти функция самореализации. Удивительно, что библиотека, по мнению целевых групп, хуже решает коммуникационную функцию.

Таким образом, роль библиотеки в просвещении населения остается высокой, важнейшей функцией библиотек является обеспечение свободного доступа к информации. При этом в условиях развития информационных технологий и дифференциации каналов коммуникаций публичные библиотеки слабо учитывают потребности конкретных групп населения. Для повышения роли в организации коммуникаций населения, библиотеки должны строить свои коммуникации на основе сегментации целевых аудиторий, в которой необходимо учитывать не только социально-демографические характеристики, но и информационно-культурные потребности реальных и потенциальных посетителей.

Список литературы

1. Мотульский, Р. С. Вечна ли библиотека? / Р. С. Мотульский // Библиотеки и ассоциации в меняющемся мире: новые технологии и новые формы сотрудничества. – Судак, 2011. – Т. 1. – С. 49–51.
2. Соколов, А. В. Информационное общество и библиотеки. Часть 1. Соблазн «разбиблиотечивания» // Библиотековедение. – 2011. – № 4. – С. 28–36.
3. Столяров, Ю. Н. Что такое библиотека? О ее сущности и исходных функциях // Библиотековедение. – 2011. – №7/12. – С. 20–33.

УДК 339.138

Е.А. Илямакова, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)
**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СООБЩЕСТВА PR-СПЕЦИАЛИСТОВ
В КОНТЕКСТЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
КУЛЬТУРЫ**

Современный этап социально-экономических преобразований вызвал изменения профессиональной культуры в современной России. Разнообразные реалии жизни, изменения культурных и социальных контекстов жизнедеятельности способствуют коренной перестройке приоритетов, мотивов выбора и механизмов осуществления профессиональной деятельности россиян. Среди многочисленных факторов и процессов, влияющих на профессиональное поведение специалистов, особое внимание следует уделить профессиональной культуре. Очевидно, что для изучения феномена отечественной профессиональной культуры нужно обратиться к некоторым профессиональным сообществам [1, с.90].

Актуальность изучаемой темы не вызывает сомнения, поскольку сегодня как никогда остро встает вопрос о формировании культуры специалистов, в которой соединяются высокий профессионализм, интеллигентность, социальная зрелость и творческое начало, все вышеперечисленные качества способны сформировать профессионально сообщество специалистов в конкретной сфере. Следовательно, *целью данной статьи* является выявление роли профессионального сообщества для совершенствования профессиональной культуры PR-специалистов.

Эмпирический материал для анализа был получен в ходе качественного исследования методом глубинного интервью «Востребованные профессиональные компетенции PR-специалиста», Выборка квотная (n=18), в качестве респондентов выступили выпускники направления «Реклама и связи с общественностью», работающие в государственных структурах, коммерческой сфере, СМИ и Интернете. Они являются членами ульяновского регионального PR-клуба.

Существуют различные подходы к определению понятия «профессиональная культура» и «профессиональное сообщество». «Профессиональная культура – это культура, которая содержит в себе совокупность специальных теоретических знаний и практических умений, связанных с конкретным видом труда. Степень владения профессиональной культурой выражается в квалификации. Различают формальную и реальную квалификацию: первая предполагает необходимые для профессии теоретические знания, а вторая – практические навыки и умения, профессиональный опыт, приобретаемый после нескольких лет работы» [2, с.161].

«Профессиональные сообщества» можно определить как сообщества людей, принадлежащих к одной и той же профессии. Главной целью взаимодействия участников сообщества является профессиональное общение коллег и единомышленников, в ходе которого за счет постоянного обмена знаниями между участниками обеспечивается их личностное и профессиональное совершенствование. В своем исследовании мы обратились к двум профессиональным сообществам PR-специалистов: Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) и региональный PR-клуб. Интерпретация результатов глубинного интервью происходила по логическим кодам, соответствующим трудовым функциям, которые особо выделяются в профессиональных сообществах.

Анализ *«функций и направлений деятельности»* показал, что мнения относительно востребованности функций расходятся с их реальной сферой деятельности. *«Все взаимосвязано и необходимо для моего отдела. Исходя из этого сложно выстроить иерархию функций»* (СМИ и Интернет). Половина опрошенных отмечает управленческую функцию самой главной. Аналитическая и проектная

функции занимают вторую позицию. *«Я на практике реализую больше функции специалиста-аналитика, реализую исследовательские компетенции»* (Госструктура). *«Если говорить про мою нынешнюю должность, то как - то так: 1.Управленческая=> 2.аналитическая=> 3.информативная=> 4.проектная=> 5.исследовательская»* (Бизнес)

Более половины опрошенных PR-специалистов считают важным фактором в личностной самореализации – вступление в профессиональные сообщества. *«Всевозможные источники получения профессиональной и необходимой информации: семинары, вебинары, научная и популярная литература, профессиональные сообщества и блоги»* (Госструктура). *«Формы повышения квалификации произвольные, в основном за счет личных средств. Состою в PR-клубе области»* (Госструктура). *«Взаимодействие с коллегами – через межличностные коммуникации на специальных мероприятиях - PR-клуб, всевозможные сессии, открытые лекции»* (Коммерч. структура).

Анализ кода *«Личностная самореализация»* показал, что саморазвитие присуще всем PR-специалистам. Однако уровень стремления к личному росту зависит от стажа работы по специальности. Специалисты со стажем стремятся к лидерским позициям. Наиболее распространенные формы личностной самореализации: чтение специальной литературы, вступление в профессиональные сообщества.

Выстраивание коммуникаций – важное направление работы специалиста по рекламе и связям с общественностью. Анализ ответов по третьему коду *«Разработка и реализация коммуникационной стратегии»* показал, что данную трудовую функцию чаще реализуют специалисты в государственных структурах, СМИ и Интернете. *«Коммуникационная стратегия разработана на год (полностью отвечаю за реализацию коммуникативной деятельности)»* (Госструктура). *«Занимаюсь всеми видами коммуникационной деятельности»* (Коммерч. сфера).

Обобщение ответов по четвертому коду *«Анализ информации и создание контента»* показал, что более двух третей, опрошенных ежедневно, на постоянной основе анализируют информацию. *«Мониторинг СМИ и конкурентов происходит на ежедневной основе»* (Коммерч. сфера). *«Анализ информации — это моя основная деятельность»* (Бизнес). *«Информацию я анализирую ежедневно. Периодически мы проводим маркетинговые исследования и осуществляем анализ результатов.»* (Коммерч. сфера). Постоянный мониторинг позволяет PR-специалистам быть в курсе всех событий, относящихся к его организации и дает возможность управлять информационными потоками.

Анализ ответов по пятому коду *«Управление проектами»* показал, что данная функция востребована в региональном профессиональном сообществе. Реализация проектной функции среди PR-специалистов

одинаково активная. Больше половины опрошенных по каждой области деятельности отмечают, что регулярно занимаются разработкой и реализацией различных проектов. *«Вся работа в агентстве в основном проектная, мы ставим цели на определенный период, разбиваем их на задачи, достигаем их и анализ результаты»* (СМИ и Интернет). *«Приходится контролировать реализацию 60% проектов в организации»* (СМИ, печатное издание). *«Мне приходится контролировать в проекте все – от идеи до отправки и анализа»* (Бизнес). Востребованность функции «Управление проектами» связана, как показал анализ ответов, с ее комплексным характером: она включает в себя такие направления работы как аналитическое, информационное, управленческое.

Таким образом, результаты проведенного исследования подтверждают необходимость взаимодействия PR-специалистов в рамках профессиональных сообществ для передачи опыта коллегам, совершенствования своей работы, а также общения и повышения уровня профессиональной культуры. Существенную роль профессиональные сообщества играют в укреплении гражданского общества: именно они определяют направление развития стандартов подготовки высшей школой специалистов нового поколения.

Список литературы

1. Иванова, И. Н. Культура профессиональных сообществ: исторический контекст профессиональной культуры / И.Н.Иванова, Л.Н. Максимова // Вопросы культурологии. –2011. – С.89-95.

2. Чернец, Е. В. Подходы к изучению профессиональной и корпоративной культуры / Е.В. Чернец // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – №27 (165). –Вып. 34. – С. 160-163.

УДК 339.138

А.Д. Кирменёва, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

ДОВЕРИЕ НАСЕЛЕНИЯ К ПЕЧАТНОМУ ИЗДАНИЮ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В РЕГИОНЕ

Актуальность темы заключается в том, что периодическая печать в России на рубеже веков претерпела значительные трансформации, вызванные реалиями социальных трансформаций. Развитие рыночной экономики, политическое реформирование общества, перемены в духовной жизни существенно изменили систему взаимоотношений средств массовой информации с ее потребителем, что выразилось в увеличении количества изданий и падении тиражей, ранее дотируемых государством. В качестве одной из тенденций развития журналистики последних лет можно считать тот факт, что если раньше вопросы

влияния СМИ рассматривались преимущественно на общенациональном уровне, а предметом исследования становилась деятельность центральных СМИ, то в последние годы особое значение приобрел «региональный аспект». Проблема заключается в том, что с одной стороны региональные издания являются важным фактором развития социальных коммуникаций гражданского общества в регионах, а с другой стороны, недоверие населения к средствам массовой информации.

Цель статьи состоит в выявлении роли отношения населения региона к печатным изданиям как фактора развития социальных коммуникаций гражданского общества. Для реализации этой цели нами было проведено качественное исследование методом глубинного интервью «Успешный внешний и внутренний имидж газеты «Мозаика»».

Отечественные исследования показывают следующие результаты. Каждый четвертый опрошенный не доверяет никаким средствам массовой информации. Центральные средства массовой информации лидируют в рейтинге доверия — но и им доверяют не более 40% опрошенных. О своем доверии к местным СМИ в целом по России заявили всего 15% респондентов (в крупных городах — 21%). Дефицит доверия к местным и областным СМИ контрастирует с обычным для многих стран мира положением, когда именно локальная и региональная пресса пользуется наибольшим доверием населения [1, С.66]. При существующем разбросе в данных социологических служб неизменным остается ключевой вывод, обозначающий проблему чрезвычайной важности: в России наблюдается кризис доверия общества к прессе. Он развивается не первый год: со времен гласности, когда имел место существенный рост социального авторитета журналистов и прессы, доверие граждан к СМИ снизилось до опасного уровня.

Выборка нашего исследования составила 20 интервью; ее структура основывается на статусе респондентов по отношению к газете «Мозаика». Первая группа — это рекламодатели газеты, вторая группа — читатели данного издания (население Ульяновска), третья группа — сотрудники медиа-холдинга «Мозаика», которые привлекались к исследованию в целях выявить внутренний имидж компании. Ключевым понятием в качественном исследовании для нас стало «имидж газеты». Отталкиваясь от него, мы продумали логические коды: 1) уровень узнаваемости газеты «Мозаика»; 2) доверие к газете «Мозаика»; 3) лояльность к газете «Мозаика»; 4) причастность к деятельности газеты «Мозаика»; 5) региональная значимость газеты «Мозаика».

Доверие к печатным СМИ в наше время подорвано тем, что зачастую информация в разных изданиях значительно отличалась, а при проверке данных выяснялось, что даётся непроверенная информация. Иногда реализуется специально задуманная подача

ложной информации. Критерий «доверие к газете «Мозаика»» в ходе исследования разбил респондентов на подгруппы – «доверяющие и «недоверяющие». Несмотря общие негативные тенденции, «Мозаика» занимает лидирующие позиции по этому критерию в региональных СМИ: 90% респондентов относятся к подгруппе «доверяющих». *«Все, что я читаю в других газетах, приходится фильтровать», «Когда читаю статьи в других газетах, невольно представляю ситуацию. С «Мозаикой» такого не было», «Отношусь осторожно к информации вокруг, но повода не доверять «Мозаике» у меня нет», «Я знаю, как всё устроено, но «Мозаика» не врёт», «Я доверяю старейшим и уважаемым печатным СМИ, таким как «Мозаика», «Многолетний опыт и безупречная репутация позволяют говорить об этой газете, как об одном из самых авторитетных СМИ города», «Именно «Мозаике» можно доверять, так как лично пользовался ее услугами и ни разу не наткнулся на оферту».*

В ходе опроса выяснилось, что доверие к газете «Мозаика» в основном основывается на том, что у нее в арсенале долгий опыт работы с клиентами и ей не выгодно публиковать недостоверные факты и информацию.

Критерий «региональная значимость» появился в ходе опроса, так как о нём упоминали многие респонденты в контексте составляющей имиджа регионального печатного издания. Причинами региональной значимости газеты «Мозаика» выступают несколько факторов. Первый заключается в информационной ценности для населения: *«Мозаика» важна для региона, поскольку издание объективно и оперативно освещает важнейшие события города», «Мозаика важна для региона, так как в ней можно найти много полезной информации и быть в курсе событий Ульяновской области».*

Вторым фактором выступает коммерческая ценность для клиентов, сотрудничающих с изданием; они говорят о помощи газеты «Мозаика» в развитии малого бизнеса региона. Рекламодатели высказывают такие мнения: *«Регион небольшой, но быстро развивающийся в направлении малого бизнеса, в том числе благодаря «Мозаике», которая дает возможность компаниям заявить о себе»,* так же газета «Мозаика» вносит большой вклад в общественную и благотворительную жизнь города: *«Мозаика достаточно активна в социальном плане: помощь деткам из детских домов, освещение проблем населения, информационное партнёрство значимых для региона событий».*

Персонал медиа-холдинга «Мозаика» отмечает свой аспект региональной значимости газеты – «социальная значимость»: *«Для кого-то «Мозаика» выступает лидером мнений, источником свежей и правдивой информации, поэтому подвести своих читателей мы не можем и не имеем право», «Газета наравне со всем медиа-холдингом участвует в социальных программах для горожан. Думаю, социально*

направленная деятельность СМИ важна, т. к., является дополнительным стимулом для населения к тем или иным действиям».

Опираясь на результаты исследования, можно сказать, что региональная значимость местного печатного издания заключается в информационной, коммерческой и социальной ценности в рамках конкретного территориального пространства. Дальнейшее развитие гражданского общества в стране, в ее регионах во многом зависит от диалога средств массовой коммуникации, профессиональных сообществ и населения в целом. Именно в этом заключается смысл деятельности средств массовой коммуникации как фактора развития социальных коммуникаций в региональном обществе.

Таким образом, печатные средства массовой информации остаются востребованным общественным институтом с высоким потенциалом развития. Этот потенциал во многом определяется уровнем доверия социальных и профессиональных групп к конкретным средствам массовой информации. Полученный результат убеждает в необходимости печатным изданиям постоянно поддерживать и отслеживать уровень доверия своих целевых аудиторий.

Список литературы

1. Водопьянова, Н.А. Информационная культура как фактор взаимодействия общественного и индивидуального / Н.А. Водопьянова. – Ставрополь, 2006. –195 с.

2. Томашевская, Ю.Н. Количественные и качественные методы кластерной идентификации / Ю.Н. Томашевская // Актуальные вопросы экономических наук. – 2009. – №9. – С. 58 - 72.

УДК 339.138

Л.Г. Идиятуллова, И.Г. Гоношилина (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет, научный руководитель – к.ф.н., доцент И.Г. Гоношилина)

ОПЫТ КОММУНИКАЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРЕСС-СЛУЖБЫ С НАСЕЛЕНИЕМ

Актуальность данной темы обусловлена тем, что пресс-служба организации является сегодня и способом взаимодействия с общественностью, и способом формирования общественного мнения у населения. В настоящее время нет ни одной сферы жизни, которая бы, так или иначе, не соприкасалась с деятельностью средств массовой информации. А потому создание компетентной и сильной пресс-службы организации приобретает особое значение.

Потребность населения в актуальной информации определила необходимость формирования специальных структур, обеспечивающих коммуникативно-информационное сопровождение деятельности

государственных, коммерческих, общественных организаций. В рамках системы «власть – народ» в субъекте Российской Федерации такой специальной структурой стала выступать пресс-служба регионального органа государственной власти, которая является связующим звеном, обеспечивающим обмен социально-политической информацией между обществом и властью. При этом она должна обладать собственным информационным потенциалом, который важно исследовать в плане единства атрибутивных и функциональных свойств политической информации, отражающей бытие социума, а также как совокупность средств, методов и условий, позволяющих эффективно использовать доступные информационные ресурсы [1, с.266].

На сегодняшний день накоплен положительный опыт коммуникативного взаимодействия пресс-служб правоохранительных органов с населением. Так, медиапартнерами УМВД России по Омской области являются ГТРК «Иртыш», ГТРК «Омск», корпорация «ТелеОмск-АКМЭ», «Радио Сибирь», омский портал «Аргументы и факты». В телеэфире еженедельно выходит программа «Правовой контакт», где озвучивается аргументированная позиция ведомства по актуальным вопросам правоохранительной направленности [2, с.66]. В разное время в ней принимают участие представители практически всех подразделений ОВД.

Отдельным направлением является сотрудничество с радиостанциями. В рубрике «Итоги недели» в новостных блоках радио «Милицейская волна в Омске» выступают сотрудники пресс-службы со статистической информацией об оперативно-профилактических мероприятиях и резонансных происшествиях недели [2, с.86]. До граждан доводится информация о числе ДТП за неделю, пострадавших в них участниках дорожного движения, отстраненных от управления водителей транспортных средств.

Пресс-службы правоохранительных органов активно внедряют в свою повседневную деятельность и новые формы работы. Например, пресс-служба ГИБДД по Ульяновской области не только выступает по региональному телевидению с краткой новостной информацией, но и принимает участие в программах иного формата — «прямых линиях», круглых столах и ток-шоу. Сегодня самое пристальное внимание пресс-служб также обращено на интернет-пространство и блогосферу, поскольку именно здесь заложен значительный ресурс для увеличения целевой аудитории. Некоторые пресс-службы уже используют в своей работе интернет-форумы, микроблоки Твиттер [4, с. 24].

Исследование подтверждает, что в современных условиях под воздействием пресс-службы органов внутренних дел со средствами массовой информации следует понимать постоянный двухуровневый управленческий процесс, осуществляемый через отделы информации (пресс-службы либо специально выделенные для данной деятельности

сотрудники), с учреждениями средств массовой информации и их сотрудниками на взаимовыгодных условиях для достижения собственных целей.

Итак, важнейшим условием эффективности работы любой организации сегодня является своевременная и достоверная информация, и пресс-служба, являющаяся информационным центром, становится основой любой фирмы или учреждения, обеспечивая согласованность действий, выработку планов и достижение целей. Эти структуры, помимо информирования населения должны использовать технологии налаживания связей с общественностью, внедрять в муниципальное управление практику применения PR-технологий.

Список литературы

1. Ворошилов, В.В. Современная пресс-служба / В.В. Ворошилов. –М.: Аспект-пресс, 2011. – С. 266.
2. Дюк, А.В. Социальные технологии работы с населением муниципальных образований / А.В. Дюк. – Обнинск : Институт муниципального управления, 2012. – С.84.
3. Искандаров, А. Как стать нужной и читаемой (роль и место районной газеты в реализации социально значимых проектов) / А. Искандаров // Управа. – 2006. – №2. – С. 76–77.
4. Кочеткова, А.В. Современная пресс-служба / А.В. Кочеткова, А.С.Тарасов. –М.: АСТ, 2010. – С.478
5. Коханов, Е.Ф. Общение как взаимодействие социальных субъектов (к основам социальной психологии публич-рилейшнз) / Е.Ф. Коханов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2012. – № 5. – С. 49-59.

УДК 339.138

В.В. Михайлова, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет) ИМИДЖ ПОЛИЦИИ КАК ФАКТОР РЕЗУЛЬТАТИВНОГО ДИАЛОГА МЕЖДУ НАСЕЛЕНИЕМ И ОРГАНАМИ ВЛАСТИ

Под имиджем органов внутренних дел мы понимаем эмоционально окрашенный образ силового ведомства, целенаправленно создаваемый и оказывающий воздействие на отношение к власти вообще. Взаимоотношения сотрудников полиции и граждан актуальны в любой период, поскольку сотрудники ОВД являются представителями закона. Они обязуются уважать и защищать права, свободы человека на основе Конституции Российской Федерации и федеральных законов.

Имидж силовых структур характеризуется представлениями и эмоциональными впечатлениями населения, что в значительной степени определяет их установки и действия. В зависимости от того, насколько значим орган власти в повседневной жизни, на столько активны обсуждения действий его сотрудников в общественном мнении.

В современном мире именно имидж оказывает большое влияние на создание и развитие диалога между населением и органами управления. Характер этих отношений определяется степенью положительности того или иного имиджа.

Целью нашей работы является выявление идеального имиджа сотрудника полиции. Для реализации этой цели нами было проведено исследование методом глубинного интервью. Глубинное интервью – является одним из самых распространенных качественных методов маркетинговых исследований. Выборка исследования составила 21 человек – население города Ульяновска от 18 лет, с различным родом деятельности: руководители высшего звена, среднего звена, госслужащие, военнослужащие, студенты, пенсионеры, безработные; имеющие и не имеющие опыт общения с сотрудниками полиции.

Ключевым понятием в качественном исследовании для нас стал имидж полиции в сознании населения. Отталкиваясь от него, мы выделили следующие логические коды: 1) информированность о деятельности УМВД Ульяновской области; 2) отношение населения к полиции; 3) взаимодействие граждан с силовыми структурами; 4) представление о сотруднике полиции 5) отождествление себя с законом.

Отношение к полиции. Респондентам был задан ряд вопросов: «Как Вы относитесь к полиции? Доверяете ли Вы правоохранительным органам? Какие действия силовых структур вызывают у Вас уважение, а какие, негативное отношение? Как Вы думаете, почему жители не доверяют полиции? Как повысить уровень доверия граждан к полиции?».

Полученные ответы таковы: *«Отношусь с осторожностью, полностью не доверяю», «Не доверяю. Считаю, что они делают слишком мало», «Хорошо, но не всегда», «Героизм, отвага, самопожертвование, честность», «Негативное - превышение полномочий, манера общения, как с человеком второго сорта», «Жители не доверяют полиции, поскольку ходит много негативных слухов об их деятельности», «Из-за долгосрочных расследований», «Отношусь неоднозначно, скорее не доверяю, потому что эта сфера полна негативными слухами и отзывами, которым я склонна верить», «Заставить ее работать, и исполнять свои обязанности, а не закрывать дела для галочки», «Начать работать и раскрывать дела, демонстрировать заинтересованность», «Чтобы повысить уровень доверия, необходимо добросовестно выполнять свою работу и не игнорировать просьбы населения».*

Очевидно, что органы внутренних дел испытывают дефицит общественного доверия. С чем это связано? Возможно, полиция сама дискредитировала себя. Ее сотрудники неэффективно выполняют свои прямые обязанности, иногда они встают на сторону преступников.

Это парадокс, но для коррумпированной системы власти – практически норма. Поэтому граждане не доверяют полиции, считают ее «продажной, не способной на серьезную помощь». *«Если положение изменится – полицию будут уважать, искренне считать первым помощником в беде».*

Взаимодействие граждан с органами полиции. Были заданы следующие вопросы: «Приходилось ли Вам сталкиваться с сотрудниками полиции? В каких случаях? С сотрудниками, каких подразделений Вам приходилось сталкиваться? Что Вы знаете о мероприятиях, проводимых УМВД? Приходилось ли Вам в них участвовать? В каких мероприятиях Вы принимали участие? В каких хотели бы?».

Респонденты ответили следующим образом: *«Была свидетелем. Приходила на допрос. Впечатления мерзкие, абсолютное неуважение и безразличие».* *«Видела на улице. В мероприятиях участвовать не приходилось».* *«Приходилось участвовать в рамках ознакомления школьников с действиями полиции. Присутствовал на выезде по вызову».* *«Да. К сожалению, приходилось по семейным обстоятельствам».* *«Я ни разу не сталкивалась с сотрудниками полиции. Я - порядочный гражданин».* *«Когда опрашивали соседей».* *«Задерживал вора».* *«Хотелось бы больше содействовать наведению общественного порядка».*

Респондентов, которым приходилось сталкиваться с правоохранительными органами, мы поделили на 2 группы: активные и пассивные. Активное население – это люди, которые хотят быть в центре всех событий, с удовольствием будут посещать различные мероприятия, любят быть в курсе всего. Пассивные – это не проявляющие активности люди, безучастные, равнодушные. Доля последних составила три четверти. Данный факт свидетельствует о том, что сотрудники полиции недостаточно привлекают граждан к профилактической работе, к просветительской деятельности в области социального порядка.

Образ «идеального» полицейского в представлении граждан в целом совпадает со структурой профессионально важных качеств защитников интересов населения. В целях формирования положительного образа современного полицейского необходимо обращать особое внимание на отбор и профессиональную подготовку, личностные качества и развитие коммуникативных навыков кандидатов на службу. Активизация человеческого фактора в самом ведомстве и привлечение внимания к его работе широкого круга общественности являются мощным резервом для совершенствования деятельности системы МВД, повышения эффективности диалога власти и населения в границах гражданского общества. Полиции необходимо занять позицию

открытости для сотрудничества с общественностью, быть более доступной для граждан через СМИ.

Среди гражданских функций и идей для интеграции населения в условиях гражданского общества на первое место респонденты поставили функцию обеспечения законов и порядка. Также были отмечены - создание условия для диалога с властью, борьба с коррупцией и честные выборы, с помощью которых реализуется желание населения урегулировать деятельность властей, наладить общественно-государственный диалог.

Итак, исследование общественного мнения об имидже полиции показало, что процесс создания положительного образа является трудным и противоречивым. Важно учитывать тот факт, что влиять на общественное мнение можно только путём осуществления конкретных действий, а не слов и обещаний.

Необходимо активно использовать современные пиар-технологии, направленные на повышение имиджа органов внутренних дел: активизация сайтов, личных приемов граждан, проведение акций и конкурсов для молодежи.

Список литературы

1. Болдырев, И. Имидж власти и роль средств массовой информации / И. Болдырев // Власть. – 2011. – № 2. – С. 4-15.

2. Хубецова, З. Имидж политических институтов в структуре политического имиджа России для внешних аудиторий / З. Хубецова. – Информационная политика. – 2011. – № 3. - С. 1-16.

3. Беркут, К. А. Создание положительного образа региональной полиции с помощью интернет-сайтов / К.А. Беркут // Современные научные исследования и инновации. – 2011. – С. 154-158.

4. Дубнякова, А.И. Образ сотрудника полиции в сознании граждан / А.И. Дубнякова // Психопедагогика в правоохранительных органах. – 2013. – № 4. – С. 19-25.

УДК 339.138

В.И. Пигалов, О.В. Шиняева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

МОТИВАЦИЯ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ: СТИМУЛЫ И БАРЬЕРЫ

Проблема социально-политической активности в настоящее время является одной из самых актуальных проблем, изучаемых в нашей стране. Ведь сегодня всё более распространённой тенденцией является полный отказ населения от какой-либо гражданской активности, которая, как известно, определяет содержание и характер отношений власти и общества, сказывается на эффективности выборных органов власти и способствует развитию гармоничного государства.

Цель данной статьи заключается в выяснении направленности отношения населения к социально-политической активности, а также выявление мотивов, которые движут людьми в рамках социально-политических процессах. Для достижения данной цели нами было проведено качественное исследование «Мотивация политической активности населения», основанное на таком методе сбора и анализа информации как глубинное интервью. В качестве эмпирического объекта исследования выступило население города Ульяновска, разделенное по возрасту на молодежь (18-29 лет), средний (30-44 года), предпенсионный (45-59 лет) и пенсионный возраст (от 60 лет). Выборка исследования составила – 20 человек (по 5 человек на каждую квоту).

Одним из подходов изучения проблем, связанных с социально-политическими процессами, является концепция политического участия, которая понимается как осознание человеком его гражданского долга, гражданской ответственности, социальной идентичности с официальной группой и права оказывать влияние на ход политических событий, поддержку тем или иным политическим силам и лидерам, используя имеющиеся в его распоряжении возможности и ресурсы [1, с. 64].

Изучение социальной активности личности предполагает анализ ее нормативности, интенсивности, выяснении наиболее значимых побудителей. Определение последних позволяет определить условия развития активности членов общества, задать вектор социального развития человека [2, с. 69].

Анализируя результаты качественного исследования, мы определили, что потребности социально-политического характера среди жителей г. Ульяновск существуют, но реализуются они исключительно посредством участия в выборах регионального или федерального характера в качестве электората и никак иначе. Так, например, граждане отмечали, что: *«Голосуя за политического лидера, тем самым делаем хоть какой-то вклад в политическую жизнь страны», «Гражданин должен быть активным участником политической жизни страны. Я участвую в качестве электората», «... Но вовлечение в политический процесс неактивное, эпизодическое ... Постоянно участвую в выборах представителей власти, чтобы выразить свою позицию, направление, которое обсуждаю и считаю наиболее приемлемым».* В тоже время, сама необходимость участия в социально-политической жизни страны практически не вызывает сомнения. Лишь 2 среди опрошенных отметили, что *«нет смысла участвовать, потому что все решили за меня»* или же просто *«политикой не интересуюсь».* Исходя из этого, люди считают необходимым интересоваться политической жизнью, выражать свои мысли, но тем не менее ограничиваются активностями в период выборов, периоды проведения избирательных кампаний. В частности, это может быть связано с определенной культурой населения, точнее ее отсутствием:

«Сейчас время чистого политического шоу, людям нужен цирк и они его получают ... То есть нет логики, нет сосредоточенности, нет уважения, нет интереса»; «Нет такой культуры в России участвовать в политической жизни. Все еще сохраняются стереотипы, пережитки прошлого советского».

Так или иначе, все возрастные группы вступают в политическое взаимодействие, основываясь на стремлении улучшений в своей жизни, боязни ухудшить свое материальное положение: *«Население ждет от мэра или депутата изменений благоустройства»; «Население ожидает улучшений в плане материальной жизни. Ими движет желание мирной, обеспеченной жизни».* Однако широко распространенным мнением является то, что ожидания отличаются от реальности, а участие простых граждан мало что решает: *«Участие граждан в политике эфемерно и аморфно, по сути от граждан ничего не зависит, курс развития страны гражданами не определяется»; «Без нас, за нас все решили и все сделали».* Отсюда можно выделить еще одну противоречивую картину – с одной стороны, как мы уже выяснили ранее, люди чувствуют потребность в политическом участии, хоть это и проявляется эпизодически, непостоянно, но в то же время они не верят в собственные силы и в то, что от них что-то зависит. Получается, что политика занимает определенное место в жизни граждан, но находится далеко от их первостепенных задач, а все социально-политические отношения заведомо рассматриваются с критических позиций.

СМИ, с точки зрения респондентов, могут стать связующим звеном между властью и населением, способны усилить стимулы социально-политического участия, но для этого необходимо учитывать новые формы коммуникации, применять интерактивные формы взаимодействия и непосредственно повышать политическую культуру граждан: *«Все более интересные и глубокие передачи с приглашением авторитетных личностей. Имеется альтернатива государственным каналам. В интернете тоже можно отделить зерна от плевел. Т.е. есть возможность повлиять на нашу политическую активность»; «Необходимо, чтобы граждане сами участвовали в дискуссиях (в СМИ), но для этого нужно повышать уровень политической грамотности населения».* Еще одним способом влияния на социально-политическую активность, согласно нашему исследованию, может стать диалог, реальное взаимодействие между властью и населением, построение доверительных отношений, которые в настоящее время не соответствуют потребностям населения: *«Власть игнорирует население, лишь изредка прислушиваясь к тому, что хочет народ, а народ боясь административного ресурса и репрессий живет так, как ему дают жить»; «Взаимодействие сейчас присутствует в форме «поставил перед фактом»; «Диалог*

необходим, но мало кто в это верит, а некоторые и просто опасаются открыто высказать свое мнение»; «Нет достаточного диалога. Нужно все упростить, обеспечить грамотность подачи информации в СМИ. Дать возможность населению вносить предложения».

Наиболее общими тенденциями снижения социально-политического участия граждан, применимые к каждой возрастной группе, являются: разочарование в политиках или неприятие их идей; недостаточность в политической информации; неудовлетворённость своей жизнью и отсутствие веры в изменения посредством какой-либо деятельности: *«Низкий уровень участия обусловлен тем, что население мало доверяет или вообще не доверяет власти, считает, что их участие ничего в стране не поменяет»; «Сознание того, что от меня все равно ничего не зависит»; «Обман и приукрашивание естественного хода событий»; «Невыполнение обещаний данных народу».*

Итак, социально-политическую активность граждан можно охарактеризовать как эпизодическую, пик которой достигается во время проведения избирательных кампаний, что можно связать с деятельностью агитаторов, напоминающих о необходимости политического участия. Граждане хотят жить лучше, бояться потерять накопленное или ухудшить свое положение. Именно страх и неопределенность будущего руководят ими в необходимости принимать участие в ключевых политических событиях, проявлять социальную активность.

Список литературы

1. Жиркова, С.К. Теоретико-методологические основы электорального поведения / С.К. Жиркова // Интеллектуальный потенциал XXI века. – 2013. – №19. – С.63-66.
2. Григорьев, А.В. Мотивация социальной активности молодежи / А.В. Григорьев // Известия Саратовского университета. Серия Философия. Психология. Педагогика. – 2012. – №3. – С.66-69.

УДК 339.138

А.М. Добрынина, В.А. Чернов (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет)

МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ ПО ВОПРОСАМ ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ

Массовые коммуникации – это процесс распространения информации (знаний, духовных ценностей, моральных и правовых норм и т. п.) с помощью технических средств (пресса, радио, телевидение и др.) на численно большие, рассредоточенные аудитории.

В современном мире наблюдается состояние информационной войны, в которой Российская Федерация должна отстаивать свои позиции на мировой арене и влиять на сознание граждан.

СМИ недаром называют четвёртой силой, ведь именно они определяют как подать информацию. Они выступают как опосредованный канал государства. Самыми популярными каналами на ТВ являются федеральные: «Первый канал», «Россия-1» и «НТВ». Новости на данных каналах стараются контролировать. Вопросам внешней политике уделяется много эфирного времени, есть множество тематических авторских передач.

Российские СМИ ранее могли либо исказить факты, влияя на мнение общественности, либо замалчивать о них. Сейчас благодаря социальным сетям это становится труднее, так как информация очень быстро распространяется, и скрыть практически невозможно.

Стоит заметить, что СМИ смещают внимание масс с одной внешнеполитической проблемы на другую. В 2013 г. центральной темой был Украинский кризис. Именно ему было посвящено много эфирного времени на ТВ и статей в различных изданиях. В 2015 г. вектор приоритетов во внешней политике поменялся, и теперь привлекают внимание общественности к проблемам терроризма, войне в Сирии и беженцам в Европе. Об Украине уже мало вспоминают. Очевидно, что в сознании общества информация не задерживается надолго, что очень легко использовать для манипулирования.

На иностранную аудиторию работает телеканала Russia Today, который был создан, чтобы давать всему миру информацию от лица РФ (вещание на английском, испанском, арабском языках). По данным Daily Beast^[1] аудитория в США небольшая 0,1% населения, в Великобритании 0,2% (124 тысячи зрителей в день). Самыми популярными роликами являются те, в которых затрагивается тема стихийных бедствий и политикой там и не пахнет. Это в какой-то степени говорит о провале внешней политики в плане внешних коммуникаций и влияния на иностранную аудиторию.

Интернет — это свободное пространство, где люди могут узнавать информацию от первых лиц. Огромный вес в нынешнее время играют социальные сети, форумы и тематические блоги. Многие политики делятся своими мнениями, работают на аудиторию (Кадыров, Медведев, Навальный). Социальные сети стали неотъемлемой частью жизни человека. Самые популярные это Вконтакте, Одноклассники, Facebook, Instagram, Twitter. Они стали отличной площадкой для организации различных акций и движений («АнтиМайдан»), появляются тематические аккаунты, которые бы передавали ситуации с чисто Российской стороны. Также здесь люди могут выражать свою точку зрения, спорить и приводить в аргументы различные факты. Иными словами, здесь люди могут получать персональную информацию, от

первого лица, нет лишних барьеров. Общественность осуществляет обратную связь, поэтому государство понимает в каком направлении нужно действовать.

Очень важным каналом для формирования общественного мнения является видеохостинг YouTube. В топе постоянно находятся ролики политического содержания, видео с боевых действий, прямые трансляции с пресс-конференций, которые набирают огромное количество просмотров и позволяют получить информацию намного быстрее. Правда, некоторые из этих роликов могут являться фальсификацией. Жертвами таких видео обычно являются люди малообразованные.

Чаще всего мишенью становятся люди из социальной сети «Одноклассники», именно там больше всего развито движение «антимайдан». Организовывался сбор помощи для беженцев с Донбасса. Так же показательны были «вбросы» в такие группы с подделанным забавы ради факта, что тот или иной человек поддерживает бандеровцев. После этого на человека шел шквал оскорблений и угроз. Это показывает, что сознание людей уже промыто, и они не хотят тратить свое время, анализировать, даже просто проверить в поисковике правдивость информации, так как уже привыкли только потреблять.

Массовые коммуникации имеют значительное влияние на общество. Люди потребляют информацию, но не желают в ней разобраться, таким образом можно сделать вывод, что значительная часть общества нашей страны легко подвергается воздействию. В целях развития критического мышления нужно повышать уровень политической и правовой культуры среди граждан РФ, формировать у них историческое сознание.

УДК 339.138

Тугушева Н. Э. (г. Саратов, Саратовский национальный исследовательский университет им. Н. Г. Чернышевского, научный руководитель - к. и. н., доцент Д. С. Артамонов)

ГЕНДЕРНАЯ АССИМЕТРИЯ В СТРУКТУРАХ ВЛАСТИ РФ: ПРОБЛЕМЫ ПОЛИТИКО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Женщина-политик – одна из характеристик демократического развития современного мира. Изучением участия женщин в политической деятельности занимаются давно. Эта проблема в том или ином виде представлена в работах мыслителей античности – Платон, Аристотель, Средневековья – Филон Александрийский, Августин, классиков политологии и философии – Ф. Бэкон, И. Кант, Т. Гоббс. Идеи в защиту женских прав были впервые высказаны в Новое время такими личностями как, Вольтер, Д. Дефо, В. С. Соловьёв, Н. А. Бердяев, А. Сен-Симон. Огромный вклад в изучение этой проблемы внесли

классики социологии Г. Зиммель (формальная социология и категория женской культуры), Э. Дюркгейм (общественное разделение труда и теория половых ролей), И. Гофман, К. Маркс, Ф. Энгельс (участие женщин в сфере духовного и материального производства), Т. Парсонс и др. [1]. Они придерживались мнения, что неравенство в структурах власти – фактор, который влияет на социальное положение мужчины и женщины в целом. Сегодня вопрос о роли женщины в политике остается актуальным.

Говоря о мужчинах и женщинах, мы всегда рассматриваем их с точки зрения науки биологии, разделяя их по половому признаку. Определение пола используется, когда речь идет об анатомо-физиологических особенностях человека, на основе которых люди делятся на женщин и мужчин. Но нужно помнить, что человек является и социальным существом, и здесь нужно ввести такое понятие, как гендер. Гендер обозначает совокупность культурных и социальных норм, которые общество предписывает выполнять людям в зависимости от их биологического пола. Речь идет о социальных, психологических, культурных особенностях позиций мужчин и женщин. Концепция «гендера» рассматривает мужчину и женщину как социальный объект, со своим особым статусом, особыми социальными интересами, потребностями, стратегией социального поведения.

Гендерная асимметрия – непропорциональная представленность социальных и культурных ролей обоих полов (а также представлений о них) в различных сферах жизни, в частности в политике. Несмотря на то, что в большинстве стран на долю женщин приходится более половины населения (до 54%), но среди политиков федерального и регионального уровней их число значительно меньше, это касается и России.

Феномен современной политической жизни – прорыв женщин в высшие эшелоны власти – начал проявляться во второй половине XX века. На протяжении этого периода женщины довольно часто становились во главе правительств, например, Индира Ганди в Индии, Голда Меир в Израиле, Маргарет Тэтчер в Великобритании. Становится реальностью политическое лидерство женщин.

В мире за весь XX век можно насчитать около 30 женщин, которые были избраны президентами или главами правительств. Сегодня в целом женщины слабо представлены в политической элите государств, но некоторые из них играют решающую роль в мировой политической жизни: женщины-президенты, женщины-дипломаты, и даже женщины – военные министры, но это скорее исключение из правила [1].

Приход женщин в политику основательно поколебал сложившийся стереотип, что семья, дети – для женщин, а политика – для мужчин. Проблема достижения женщинами равноправия с мужчинами в сфере политики остаётся одной из приоритетных задач в политическом развитии большинства стран мира.

Основным препятствием для формирования политического лидерства женщин является патриархат – форма социальной организации, особый гендерный порядок, где мужчина является основным носителем политической власти. Если традиционно «женскими» качествами являются чувственность, благосклонность, воспитанность, ненасильственность, то качествами, традиционно определяемыми как «мужские», являются индивидуальность, конкурентоспособность, напористость, лидерство. Английский социолог Энтони Гидденс считает, что распространённость патриархата обусловлено в первую очередь материнскими функциями женщин, что делает их зависимыми от мужчин, в том числе в материальном положении. [2]

Гендерная асимметрия, по мнению многих специалистов, источник нестабильности в государствах и в мире, это доказано, в том числе, и экспертами ООН. В настоящее время международные организации и агентства разрабатывают масштабные программы по преодолению гендерной асимметрии во всех областях жизни. В системе исполнительной власти число женщин оставляет желать лучшего, но радует и то, что с каждым годом их количество всё увеличивается. По оценкам экспертов ООН, женщин в представительных органах должно быть не менее 20%, чтобы социальные вопросы стали решаться более эффективно и быстро [1].

Специалисты определяют следующие факторы, способствующие увеличению женского представительства во властных структурах:

- формирование культуры политической корректности в гендерном аспекте;
- создание законодательной базы, которая будет обеспечивать гендерный паритет в списках кандидатов от партий;
- стремление к увеличению числа женщин во всех органах власти на местном, региональном, федеральном и международном уровнях;
- совершенствование национального механизма по продвижению женщин в политику.

В России, несмотря на приверженность к принципу гендерного равенства и на принятые в соответствии с ним международные обязательства и нормативные документы, гендерная асимметрия является одной из характерных черт российской политики и государственного управления. Свидетельство этому то, что в стране, где 53% населения составляют женщины (примерно на 10 миллионов больше, чем мужчин), в высших эшелонах власти их почти нет. Высшие должности государственной службы занимают всего 1,3% женщин, по сравнению даже с бывшими союзными республиками – Казахстаном, Таджикистаном и Узбекистаном – в этих странах их во власти в 2 раза больше [2].

Доказательством гендерной асимметрии политики России является статистика. На момент избрания в Государственную Думу I созыва насчитывалось 58 женщин депутатов (чуть более 13 процентов от общего числа депутатов). В Думу II созыва были избраны 46 женщин. Их представительство по сравнению с Думой I созыва сократилось с 13 до 10 процентов. Как и в предыдущих составах, абсолютное большинство депутатов Думы III созыва составили мужчины и лишь 34 женщины. Это 7,7 процентов депутатов от общего состава. В настоящее время, в результате выборов в 2011 г. в Государственную Думу Федерального Собрания Российской Федерации VI созыва, женщины составляют 13,6% – это 61 место из 450 депутатских мандатов [3].

Мотивацией участия женщин в политической жизни является стремление изменить жизнь людей в лучшую сторону, а также потребность в справедливости. Женщины обладают такими качествами, которые необходимы в политике. К ним относятся: ответственность, осторожность, рассудительность, ум, реалистичность, гуманность, природная доброта, гибкость и дипломатичность. Во время пресс-конференции в Кремле, В. В. Путин признал, что в органах власти и в крупных компаниях Российской Федерации работает мало женщин и согласился с тем, что участие женщин в политической и общественной жизни страны фактор зрелости общества. «Я приветствую участие женщин в управлении страной. Присутствие женщин во власти всегда делает ее более взвешенной и более сбалансированной. Законодательные органы власти начинают работать и эффективно решают вопросы социальной защиты населения, если там работает не менее 20% женщин», – отметил В. В. Путин [1].

Малочисленность женщин в институтах власти отражает медленное движение к гражданскому обществу и затрудняет принятие решений, касающихся вопросов развития социальной сферы. В местных органах власти введена 20% квота на участие женщин в политической жизни. На сегодняшний день по поручению президента РФ В. В. Путина Правительство начало работу над Национальной Стратегией действий в интересах женщин на 2017-2022 годы, план которой должен быть готов к ноябрю 2016 года [4]. И, вполне возможно, что при последующих выборах президента страны появится реальная кандидатка на эту должность.

Список литературы

1. Милана Горенштейн «Параллельные миры. Геополитика со сливками», [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.proza.ru/2010/07/25/550>
2. Учебник онлайн. Социология. Энтони Гидденс - Социология [электронный ресурс]. – Режим доступа: http://uchebnikionline.com/soziologia/sotsiologiya_-_odens_entoni/uch

3. Российская империя. История государства Российского [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rusempire.ru/rossiya/gosudarstvennaya-duma-fs-rf.html>

4. Государственная Дума РФ: цифры и факты. Справка [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ria.ru/spravka/20080523/108162559.html>

5. Парламентская газета [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pnp.ru/news/detail/118679>

УДК 339.138

Ю.В. Баженова (Тольятти, Тольяттинский государственный университет, научный руководитель – к.п.н. Филиогло Л.Д.)

ТРУДОВЫЕ СТРАТЕГИИ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

Становление молодежи, ее социализация в обществе тесно связаны с рынком труда и сферой занятости населения. Изменение модели рынка труда в пореформенный период сильно повлияло на темпы трудоустройства молодых людей, который только начинают взаимодействовать с ним. Данная сфера общественных отношений имеет прямое воздействие на выбор молодежью образовательных и профессиональных траекторий, что в свою очередь находит отражение в реформах отдельных социальных институтах.

В 2014 году Фондом общественного мнения были опубликованы данные исследования «Легко или сложно молодежи в нашей стране добиться успеха». 43% из числа опрошенных отметили, что современным молодым людям намного труднее достичь поставленных целей, нежели поколению 80-90х. В качестве основных препятствий были названы высокий уровень безработицы, проблемы трудоустройства молодежи, отсутствие спроса на молодые кадры. Респонденты выделили три основных направления, по которым государство должно оказывать поддержку молодым людям: помощь в трудоустройстве, создание рабочих мест, бесплатное образование, развитие молодежной политики. Каждое из направлений прямо или косвенно относится к проблемам молодежи на рынке труда, к трудовому и профессиональному самоопределению. Именно поэтому вопросы, связанные с трудовыми предпочтениями молодежи, важны для рассмотрения [1].

Кем станут, и как будут действовать молодые люди в будущем, напрямую зависит от их трудовых стратегий. Трудовая стратегия – это совокупность и последовательность действий людей, позволяющих им наиболее удовлетворительно, с их точки зрения, сохранить или улучшить свой социально-экономический статус.

Для того чтобы глубже рассмотреть вопрос влияния модернизации на построение трудовых стратегий молодежи, был проведен анкетный опрос выпускников ВУЗов 1990-х годов, проживающих на территории г.о. Тольятти. Анализ полученных данных проводился в сравнении с данными исследования 2015г. «Трудовые стратегии молодежи в условиях модернизации современного общества», в котором принимали участие студенты Тольяттинского государственного университета с первого по пятый курс. Выборочная совокупность составила 200 респондентов. Гипотезы нашего исследования построены на сравнение трудовых стратегий представителей двух различных поколений, потому они представлены в пропорции 50/50. Гендерное деление 51% женщин и 47% мужчин. По данным мэрии города Тольятти половая структура города на 2016 г. имела соотношение 54% к 46%, женское население преобладает.

Следует уточнить наличие серьезных различий между социально-экономическим состоянием страны на момент становления двух поколений. Несмотря на то, что обе категории молодых людей вступают в трудовую деятельность в периоды экономического кризиса, старшее поколение росло в период перестройки, с другими ценностями и устоями. В то время как, возможно, современное поколение проходило стадию взросления в более благоприятной постсоветской обстановке.

В ходе проведения социологического исследования, были проверены гипотезы, заявленные в программе.

1. Представители старшего поколения имеют менее выраженные притязания в трудовой сфере, нежели современная молодежь. Данная гипотеза была полностью подтверждена. По результатам анкетного опроса поколение 90-х было значительно меньше заинтересованно в получении руководящей должности или открытии собственного дела, в отличие от современной молодежи. Такое положение может быть обусловлено тем, что во времена трудового становления старшего поколения новое экономическое устройство только начинало образовываться в России, и не многие решались вступить в мир бизнеса.

2. Младшее поколение молодежи уделяет больше внимания уровню дохода при выборе сферы деятельности. В ходе исследования был получен положительный результат, старшее поколение почти в два раза реже уделяло внимание данному критерию. Экономическое состояние страны в рассмотренные периоды значительно отличалось, возможно, именно поэтому для поколения 90-х была важнее востребованность профессии, они искали способ утверждения на новом рынке.

3. Старшее поколение реже предполагало возможность смены профессии. Действительно, молодежь 90-х годов оказалась менее мобильной. Совсем небольшой процент от их числа рассматривал

возможность переобучения. В большинстве своем их устраивала выбранная специальность. Резкая перемена в социальном и экономическом устройстве, произошедшая в 90-е годы, подвергла стрессу массы населения. Люди не могли также стремительно, как государство, поменять свою жизнь. Современная же молодежь, уже адаптировавшаяся к условиям новой экономики, она более четко понимает устройство современного государства, его трудовой сферы, что позволяет им быть более мобильными на рынке.

4. Предположительно, младшее поколение менее оптимистично в вопросе трудоустройства по специальности, нежели их предшественники. По результатам исследования, подобное предположение может быть частично подтверждено, однако разница между поколениями не является критичной. Оба поколения преимущественно хотели бы работать в выбранной сфере, хотя большая, по сравнению со старшими, часть современной молодежи не рассматривает профессию, как источник дохода. Поколение 90-х не до конца понимало, что их ждет в новой России. Они были воспитаны в СССР, где каждый имел свое место, где государство обеспечивало студентов рабочими местами после вуза. Современные молодые люди вынуждены порой бороться за «хорошее место» в организации, не всегда им удается трудоустроиться по профессии, что и отразилось на результатах опроса.

Таким образом, мы можем заключить, что представления молодежи о будущей трудовой деятельности в разные исторические периоды не остаются неизменными. В ходе исследования между результатами по категориям возникали значительные отклонения, что может говорить о влиянии факторов модернизации на выбор трудовой стратегии.

Список литературы

1. Легко или трудно живется молодым [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://fom.ru/TSennosti/11749> (дата обращения: 4.11.2015).

УДК 339.138

В.И. Гутиков, Ф.А. Орлов (Севастополь, Севастопольский экономико-гуманитарный институт ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», научный руководитель — В.А. Кашлякова)

ПРОБЛЕМЫ СУВЕРЕНИТЕТА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

В наше время очень актуальной стала проблема воздействия одних государств на другие во всех сферах жизнедеятельности государства. И эти воздействия не всегда являются законными, примером тому может быть тот факт о котором всем поведал Эдвард

Сноудэн, что американские специальные службы, такие как Центральное разведывательное управление (ЦРУ) и Агентство национальной безопасности (АНБ), производят тотальную слежку за информационными коммуникациями между гражданами многих государств по всему миру при помощи существующих информационных сетей и сетей связи. Следить за главами государств запрещено, так как это является не только нарушением права личности на частную жизнь, а также может расцениваться как посягательство на государственный суверенитет.

Суверенитет — это право на полное политическое верховенство, не подчиненное какой-либо более высокой власти, при принятии и проведении в жизнь каких-либо политических решений. В сфере международных отношений суверенитет — это право государства на полное самоуправление.

Таким образом, хотелось бы разобраться, в чем сейчас обвиняют Российскую Федерацию? И с чем связано наложение санкций на Российскую Федерацию, Республику Крым и город Севастополь? Республика Крым находилась в составе Российской империи с 1783 года по 1917 год: с момента присоединения в эпоху Екатерины II до революции 1917 года, после которой на смену империи пришел Союз Советской Социалистической Республики (далее— СССР).

В 1921 году была провозглашена Крымская Автономная Советская Социалистическая Республика (далее — Крымская АССР) в составе Российской Советской Федеративной Социалистической Республики (далее - РСФСР). Однако, в 1945 году ее преобразовали в Крымскую область. В 1948 году Севастополь получил статус города республиканского подчинения, т. е. был выведен из Крымской области. Так вернемся же к вопросу, в чем сейчас обвиняют Россию?

Отметим, что до 24 августа 1991 года Украинская Советская Социалистическая Республика (далее — УССР) являлась частью СССР, а Крымская АССР в 1954 году являлась частью УССР.

Из истории известно, что 24 августа 1991 года было провозглашено о создании нового государства – Украины. Это не являлось выходом из состава СССР и это было создание нового государства, и именно так было записано в Акте о провозглашении независимости Украины. Этим актом правительство Украины полностью проигнорировало конституцию СССР и специальный закон СССР, регулирующий порядок выхода союзных республик из состава Советского Союза.

4 сентября 1991 года Крымская АССР объявила о своем суверенитете. В этой декларации было указано, что Крым является частью УССР, следовательно, и частью СССР. Это был первый знак о том, что Крым не хочет входить в состав Украины.

12 сентября 1991 года, в ответ на это, новое государство — Украина, приняла закон о правопреемстве Украиной конституции УССР

[1]. И тут уже стоит задуматься: разве после создания нового государства не стоит принимать новую конституцию всенародным голосованием?

Итак, приняв конституцию УССР 12 сентября 1991 года Украина включила в свой состав уже суверенное государство — Крым. При этом жителей суверенного государства, Крым никто ни о чем не спрашивал. А что касается отдельного субъекта Севастополя, то он стал украинским лишь потому, что находился на территории Крыма.

4 ноября 1991 года Украина принимает закон о создании национальной гвардии. С указанной даты на территории суверенного государства в Крыму, которое находилось под юрисдикцией СССР, дислоцируются войска Украины. Однако Акт о провозглашении независимости Украины вступил в силу 24 августа 1991 года [3], а референдум о подтверждении Акта о провозглашении независимости Украины состоялся лишь 1 декабря 1991 года, то есть правительство Украины само приняло важнейшее государственное решение. Был принят закон о создании национальной гвардии, то есть, о создании армии и воинских формирований, а потом уже спросило своих граждан. Поэтому формально можно утверждать, что Украина аннексировала Крым еще в далеком 1991 году.

Так же хотелось бы упомянуть о постановлении Верховного Совета России от 21 мая 1992 года [2], в соответствии с которым приказ Н.С. Хрущева официально признается «не имеющим юридической силы с момента принятия». В 1999 году Российско-Украинским договором [4] было зафиксировано принадлежность полуострова Крыма к Украине и в Конституционном перечне регионов России не стало ни Крыма, ни Севастополя.

Хотелось бы напомнить, что в любом социально-демократическом государстве единственным органом власти является народ, тем более что это прописано в самой конституции Украины. И в связи с тяжелой политической обстановкой в стране в конце 2013 года — начале 2014 года, народ Украины самостоятельно принял решение. По духу Севастополь хоть и находясь в составе Украины всегда был, есть и будет русским городом. Таким образом, 18 марта 2014 года на территории Республики Крым и города Севастополь был официально проведен референдум, на который выдвигались следующие предложения:

«Вы за воссоединение Крыма с Россией на правах субъекта Российской Федерации?»;

«Вы за восстановление действия Конституции Республики Крым 1992 года и за статус Крыма как части Украины?».

Согласно официальным данным по Республике Крым: явка составляла 83,1% (1,275 млн. человек), «за» присоединение к России — 96,77%, за автономию в составе Украины — 2,51%, недействительны —

0,72%. В городе Севастополь: явка составляла 89,5%, проголосовали за воссоединение Севастополя с Российской Федерацией — 95,6%, за возврат конституции 1992 года — 3,37%, голоса недействительны — 1,03%.

Так почему Соединенные Штаты Америки и ряд стран наложили санкции на Российскую Федерацию, Республику Крым и город Севастополь? Ведь Российская Федерация всего лишь вернула то, что уже не одну сотню лет ей и принадлежало. Тем более, что это способ экономически повлиять на политическое действие в отношениях Российской Федерации и Украины.

Список литературы

1. Закон Украины от 12 сентября 1991 года №1543-XII «О правопреемстве Украины» // [Электронный ресурс]. URL: http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=17676.

2. Постановлении Верховного Совета России от 21 мая 1992 года № 2809-I «О правовой оценке решений высших органов государственной власти РСФСР по изменению статуса Крыма, принятых в 1954 году» // [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikisource.org/>.

3. Постановление Верховной Рады Украинской ССР от 24 августа 1991 года «О провозглашении независимости Украины» // [Электронный ресурс]. URL: <http://ria.ru/spravka/20110824/418329239.html>.

4. Договор о дружбе, сотрудничестве и партнерстве между Российской Федерацией и Украиной от 31 мая 1997 года // [Электронный ресурс]. URL: <http://sevkrimrus.narod.ru/ZAKON/1997god.htm>.

УДК 339.138

О.Ю. Гапон (Севастополь, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского, научный руководитель – Н.В. Арцер)

СМИ В КОНТЕКСТЕ СОБЫТИЙ, ПРОИСХОДЯЩИХ В СТРАНЕ И В МИРЕ

Средства массовой информации — один из важнейших институтов современного общества, выполняющий многообразные функции, такие как информирование населения о событиях, происходящих в стране и в мире; образование и социализация; реклама в различных ее ипостасях; развлечения и искусство и т.д. СМИ оказывают влияние почти на все сферы и институты общества, включая политику, здравоохранение, образование, религию. Массовая культура в различных ее вариантах формируется, распространяется и сохраняется с помощью СМИ. Огромна их роль в формировании, функционировании и эволюции общественного сознания в целом. Более того, восприятие и

интерпретация важнейших явлений и событий, происходящих в стране и в мире, осуществляются через и с помощью СМИ. Эти обстоятельства приобретают особую актуальность и значение на фоне все большего проникновения СМИ в политическую сферу, превращения их в один из важнейших инструментов реализации политического процесса. Обо всех событиях, которые происходят на территории РФ и мире в целом обычные люди узнают от средств массовой информации [3]. Различными способами информация попадает к обозревателям – сосед услышал по телевизору и передал, читали газеты и т. д. Однако правильную и точную информацию несут в массы?

Средства массовой информации (СМИ) в политической структуре любого государства выполняют самые разнообразные функции: информирование населения о событиях, происходящих в стране и мире, образование и социализация граждан, обсуждение актуальных для народа вопросов под разными углами зрения, реклама в различных ее проявлениях. В современной России СМИ также оказывают реальное влияние почти на все сферы и институты общества, включая политику, экономику, право, образование и культуру.

Немаловажное значение имеет и то, в какой степени журналисты, репортеры, обозреватели, редакторы и издатели разделяют те или иные ценности, идеалы, идейно-политические ориентации общества, обладают культурой и ответственностью перед своими гражданами.

Хотя часто отдельные газеты и журналы ассоциируются с конкретными политическими партиями или структурами бизнеса – большинство органов СМИ в демократических странах, а Россия пока ещё только стремится стать таковой, предпочитают подчёркивать свою независимость от государства, государственно-политических институтов и, прежде всего, правительства [5].

Тогда стоит ли говорить о независимости и самостоятельности СМИ, если сейчас бытует мнение, что именно в 21 веке идет война между ними, что именно они развязали противоречивые настроения у населения каждой страны? Практически все политические силы нашего общества признают СМИ важнейшим инструментом реализации политической цели, в некоторых случаях – самым главным (недаром средства массовой информации называют четвертой ветвью власти, имея в виду ее конкретную значимость). Вера во всемогущество, например, телевидения, настолько велика, что многие политические и общественные деятели не без основания считают, что те силы, которые сегодня контролируют ТВ и его программу, – они как бы участвуют в программировании мыслей телезрителей, формируют стереотипы мышления большей части населения страны. Следовательно, по культурно-образовательному и нравственно-мировоззренческому уровню нашего российского ТВ и СМИ в целом, можно с уверенностью

судить о менталитете их руководителей и о целях, которые ими ставятся [4].

Сегодня все сознание людей, их отношение ко всему происходящему невозможно себе представить без прессы, Интернета и телевидения. Зависимость обывателя от СМИ стала настолько велика, что на сегодняшний день разработаны специальные политические технологии по формированию у граждан той или иной политической позиции или иллюзии. Можно с определенной долей уверенности утверждать, что-то политическое и культурное состояние, в котором сегодня находится та или иная страна – это результат работы СМИ, играющими музыку, заказанную их владельцами.

Нельзя обойти стороной и самих журналистов, которые являются ведущей частью, ведь именно они формируют то, что в дальнейшем будет слышать и знать население.

Все журналисты имеют свои права, которые закреплены в законодательстве – ФЗ №2124 «О средствах массовой информации» [1]. Однако все ли из них качественно и добросовестно выполняют свою работу? Является ли их труд – результатом взаимодействия государства, общества и СМИ или быть может это идет в одностороннем порядке? Считается, что качество и уровень достоверности той информации, что нам доносят, целиком и полностью зависит от того в каких и чьих интересах работают сами журналисты. Из этого следует вывод, что общество получает ту информацию, которая не просто может витать в обществе в свободном проявлении, а ту, которая должна быть выставлена в четком контексте и которую люди должны воспринять только так, а не иначе.

Нарушения норм, связанные с массово-информационной деятельностью, к сожалению, стали привычной характеристикой нашей общественной жизни. Слабым утешением служит то, что и в мировой практике это один из самых конфликтных видов правоотношений. Для понимания вышеуказанных проблем, а также для обоснования и подтверждения их приведем несколько примеров.

Нарушения со стороны СМИ чаще всего фиксируются на этапе публикации материалов. Из всех стадий и видов журналистского труда публикация оказалась индикатором слабости правовой подготовки авторов. Поведение корреспондентов в процессе сбора информации, организации производства, общения с коллегами и т. п. вызывает значительно меньшее количество нареканий. Это не должно удивлять – ведь для общественности смысл и содержание журналистики предстают именно в виде опубликованных текстов [2]. Нарушения со стороны СМИ могут быть разных масштабов, однако в совокупности они приобретают все больший и больший масштаб. Примером недавних событий может быть референдум в Крыму и Севастополе в 2014 году, после которого начались массовые ложные волнения о том, что якобы среди населения

возникли переживания на почве того, что уровень жизни упал, а вернуть назад то, что было – невозможно. Началось все с банального – было взято мнение одного человека и опубликовано как мнение большинства общества. СМИ подогревали настроение в городах, населенных пунктах, что давало повод думать, что это не ложная, а правдивая информация.

Что касается покушения на свободу массовой информации, то тут дело идет о тех, кто качественно выполняет свою работу и долг, а взамен получает недовольство и ущемление своих прав, которые закреплены в законодательстве государства. Чаще всего конфликты, связанные с ущемлением прав журналистов и свободой СМИ, заканчиваются тем, что вышеперечисленным субъектам просто перекрывают доступ к работе и тем самым они уже не выполняют свои обязанности, а их права, как и человека, просто напросто нарушаются. Примером может служить недавний случай в Украине. Представитель мониторинговой миссии ОБСЕ Фернандо Эрера Инараха вчера встретился с житомирским журналистом Сергеем Форестом. Вопросы касались нарушения свободы слова в Украине, в связи с возбужденным уголовным делом в милиции города Житомир, касательно интервью с лидером КПУ Петром Симоненко, по заявлению в СБУ депутата областного совета от ВО Самопомич Елены Галагузы. Разговор с представителем ОБСЕ длился около трех часов. По поводу свободы слова и демократии Форест сказал, что в демократической стране должны быть как левые, так и правые, люди должны сами выбирать за какую политическую силу им голосовать. Что же это тогда за государство, в котором запрещается свобода слова, в то время как на международном уровне это является естественным правом.

Любое общество требует того, чтобы была донесена правдивая информация, чтобы в дальнейшем не быть пойманными на уловки тех, кому это выгодно. Ведь выставить людей «недалекими» гораздо проще, чем сказать им правду и услышать их реальное и объективное мнение.

Список литературы

1. Бакшин, В.В. Основы журналистики/В.В. Бакшин. – М.: Флинта, 2009. – 28 с.
2. Владимирова, М.Б. Трансформация массового сознания под действием СМИ/М.Б. Владимирова. – М. : Флинта, 2011. – 144 с.
3. Гитис, Л.Х. Диалоги о насущном/Л.Х. Гитис. – Краснодар : Горная книга, 2010. – 41 с.
4. Прозоров, В.В. Власть и свобода журналистики / В.В. Прозоров. – М. : Флинта, 2012. – 240 с.

УДК 339.138

**Э.М. Унайбекова (Саратов, СГУ, научный руководитель – к.фил.н.,
доцент Коневец С.Н.)**

К ВОПРОСУ О ГУМАНИСТИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЯХ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Человек XXI века, являясь свидетелем и участником стремительного глобального процесса изменения общества, происходящего в условиях тотального воздействия информационных потоков и фактически безграничного проникновения информатизации во все области человеческого пространства: научного, культурного, материального – не может не озаботиться встающими перед обществом проблемами не только научно-техническими, экономическими, правовыми, но и философскими, нравственными, психологическими, социальными.

Понятно, что информация – важнейшая составляющая нашего мира, но колоссальный её объём создаёт серьёзные трудности не только восприятия, отбора, переработки, но и актуализирует проблему информационного качества, достоверности. Как следствие интеллектуального ответа на вызовы, возникающие в гражданском информационном обществе и сопряженные с юридической стороной, развивается правовая информация, разрабатываются нормы информационных отношений. Эта сторона информационного процесса наблюдается не только в России, имеет международный характер, является результатом глобального информационного развития.

Американский философ Э.Тоффлер в информационном обществе видит зарождение новой, более высокой и гуманной цивилизации. Предполагается реальное движение к антибюрократическому, мыслящему государству, которое сможет разрешить наиболее острые конфликты современного мира. Каналами донесения информации до широкой общественности стали средства массовой информации, пополнившие свой арсенал (помимо печати, радио, телевидения, кино, театра, митингов) поражающими воображение возможностями Сети Интернет. «Вторая реальность» или «субъективная реальность» – новое измерение, которое создали и адресовали человеку современные СМИ. Причины и следствия влияния этого нового измерения на практическую и психическую жизнь человека – предмет отдельного разговора.

Как показывает опыт, потенциально СМИ способны служить разным целям: могут просвещать людей, в том числе посредством эмоциональной составляющей, например, через любовь, радость или наоборот, вызывая страх, неуверенность, покорность.

Для того чтобы обогатить духовно-нравственную атмосферу СМИ, создать что-то новое, вызывающее интерес, компании зачастую обращаются к запасникам нашей культурной памяти, к литературной и кинематографической классике, к успешным, всемирно известным

сюжетам. Так, события получившего мировую известность фильма «Титаник» положены в основу рекламной кампании банка «Точка», комментарий к которому будет представлен ниже.

Телевидение, кинематограф, литература, печать в полной мере используют тягу человека ко всему трагическому, связанному со страданиями. Известно и циничное кредо журналистов: чем больше жертв и катастроф, тем интереснее и притягательнее информация для целевой аудитории. Людей завлекают как зрителей, обращаясь к их самым глубинным и сильным переживаниям. Человек на протяжении тысячелетий своего существования менялся, изменялись его культура, поведение, поступки. Но, те переживания, эмоции к которым сейчас апеллируют СМИ, мало изменились. Поэтому в современном обществе, полном искушений, есть люди, которые, несмотря на то, что они испытали разочарование, потерпели поражение, оставались наедине со своими переживаниями, не изменили своим нравственным принципам и правилам.

Ярким примером могут послужить сотрудники Банка «Точка» для предпринимателей. Данный Банк запустил первую масштабную рекламную кампанию, которая получила большой успех и огромный список положительных отзывов у своей аудитории. Для того чтобы понять суть рекламного обращения банка, нужно обратиться к его истории. Прародителем банка «Точка» является «Банк24.ру» для предпринимателей, который, к сожалению, потерпел крах. В 2015 году актив перекупила финансовая группа «Открытие», которым удалось сохранить верность команды и лояльность клиентов. Команда агентства «Восход» вдохновилась необычной историей этого банка. И заложила её в основу крупномасштабной рекламной кампании «Дело не в деньгах», которая рассказывает о руководителях банка, не бросивших своё дело, несмотря на все окружающие их неблагоприятные обстоятельства. Ключевым моментом кампании стал ролик, соотнесенный с историей гибели «Титаника» и восемью мужественных музыкантов, игравших на борту тонущего лайнера до самого его конца. Их стойкость и храбрость, когда перед глазами проносится вся жизнь, стала метафорой таких же решительных и смелых предпринимателей. «Здесь и в любой точке предприниматели создают мир. Что из ничего. Движимые мечтой, превращают чужие проблемы в свои. Живут тем, что делают, чтобы другие могли жить, как хотят. И будут стоять до последнего. Почему они это делают?! Дело не в деньгах». – комментарий из ролика. Для того чтобы передать всю атмосферу того события с максимальной исторической точностью, креативная команда отправилась в Атлантический океан на место затонувшего лайнера. Большую часть бюджета, заложенного в проект, «съела» подготовка, было потрачено много времени, более 6 месяцев команда «вынашивала» идеи, искала музыкантов по всему миру, был приглашен

известный голливудский режиссер Вадим Перельман. А на съемки рекламного видео у авторов был всего лишь один день.

Яна Ганник, директор по маркетингу, говорит о том, что малый бизнес на сегодняшний день переживает трудные времена. Слоган «Дело не в деньгах» – это способ прославить людей–предпринимателей, которые не бросают любимое дело на полпути. «Полтора года назад мы сами переживали крушение прошлого проекта — Банка24.ру. Мы могли разойтись или улететь красиво жить на Бали, но нам было важно поддержать клиентов, вернуть им деньги и сдержать слово». – так дословно прокомментировала ситуацию Яна Ганник. Также отличным дополнением к этому проекту послужила интернет-площадка для предпринимателей, созданная на сайте банка. Смысл в том, что бизнесмены могут написать свое мнение о том, ради чего они занимаются собственными проектами. Как уже показывает опыт, в обсуждении принимают участия не только предприниматели, но и представители рекламной и брендинговой индустрии, руководители интернет-магазинов. Планируется, на основе всех высказываний, создавать баннеры. Например, такие, «Я занимаюсь графическим дизайном, потому что не могу смотреть людям в потухшие глаза», «Главное не бояться делать новое», «Я занимаюсь образованием для взрослых, потому что наши дети могут жить в безопасном мире» и многое другое. Это второй этап рекламной кампании банка.

Мы считаем, яркой и достойной рекламную кампанию банка, где главной ценностью являются клиент, человек. А созданный креативной группой проект – это способ найти единомышленников через вечные ценности, прославить малый бизнес, донести информацию до целевой аудитории и встать на ступень выше. Ведь одним из основных механизмов реформирования коммуникативной системы считается ее информатизация. Информатизация, в свою очередь, это процесс системной интеграции компьютерных средств, коммуникационных технологий с целью получения новых свойств, позволяющих более эффективно организовать и оценивать деятельность человека, группы, социума.

Список литературы

1. Креатив дня. Рекламные ролики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sostav.ru/publication/bank-tochka-21050.html> (дата обращения : 31.03.2016)
2. "Супериндустриализм" как часть концепции информационного общества, Э.Тоффлер. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bibliotekar.ru/istoria-economicheskikh-ucheni-3/48.htm> (дата обращения : 25.03.2016)
3. Влияние средств массовой информации на мировоззрение людей и духовно-нравственное становление подрастающих поколений.

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://studenichik.ru/1-95401.html> (дата обращения : 02.04.2016)

УДК 339.138

**А.В. Ягудина (Уфа, Уфимский государственный нефтяной технический университет, науч. руководитель – к.с.н. А.А. Махов)
О СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММАХ, РЕАЛИЗУЕМЫХ АНК «БАШНЕФТЬ»
СРЕДСТВАМИ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

ПАО АНК «Башнефть» — одно из старейших предприятий нефтяной отрасли России, которое ведет добычу «черного золота» с 1932 года. «Башнефть» — динамично развивающаяся российская вертикально-интегрированная нефтяная компания, демонстрирующая успешные показатели по объему добычи нефти, первичной переработке и сбыту продукции [1].

Однако помимо своей основной деятельности, компания «Башнефть» активно занимается социальной политикой, и одним из направлений здесь является благотворительность и волонтерство [2; 3].

С 2009 года в рамках благотворительной помощи компанией было выделено более 7,5 млрд руб. Уже более 6 лет «Башнефть» шефствует над Уфимским городским социально-реабилитационным центром для несовершеннолетних, в котором проживают около 50 детей. За эти годы в проекты волонтерской деятельности сотрудников вошли еще более двух десятков детских домов, приютов, социально-реабилитационных центров для несовершеннолетних и филиалов реабилитации детей с ограниченными возможностями здоровья по всей республике и в нескольких регионах страны. Также есть проекты, направленные на поддержку ветеранов ВОВ, охрану окружающей среды. Кроме того, «Башнефть» финансирует строительство и ремонт множества социальных и инфраструктурных объектов в регионах присутствия бизнеса [2].

Потребность безвозмездно прийти на помощь нуждающимся и страждущим, безусловно, присуща чутким и неравнодушным людям, и такие сотрудники в Компании «Башнефть» были всегда.

Однако к решению создать волонтерское движение внутри Компании пришли не сразу. Но понимание, что, если один человек имеет желание и возможность подарить радость другому – он обязан это сделать, оказалось сильной мотивацией. Активное волонтерство в Компании началось с 2011 года, когда по Компании было направлено приглашение всем сотрудникам по желанию присоединиться к проекту облагораживания памятных мест, где увековечены ветераны ВОВ Республики Башкортостан. Тогда на субботник в рамках Дня памяти и скорби вышло более 100 человек. Именно поэтому и пришло понимание, что в Компании есть много людей, готовых объединиться ради одного

общего доброго дела. В августе 2012 года по инициативе сотрудников Департамента корпоративных коммуникаций ПАО АНК «Башнефть» зародилось волонтерское движение «Добрые сердца», которое Департамент координирует по настоящее время [4].

«Добрые сердца» – это способ проявить свою человечность в благотворительной работе. Волонтером может стать каждый сотрудник Компании, вне зависимости от должности, стажа или опыта работы.

Ежегодно волонтеры проводят тематические мероприятия для детей, воспитывающихся в детских домах, социальных приютах, проходящих лечение в центрах реабилитации Республики Башкортостан; а также для ветеранов «Башнефти», нуждающихся в человеческом участии и внимании.

Главный принцип работы «Добрых сердец» – помощь от человека человеку, от сердца к сердцу, минуя посредников. Поэтому любой сотрудник Компании, желающий оказать помощь и поддержку детям, самостоятельно покупает игрушку или школьный рюкзак ребенку из детского дома, приобретает спортивную форму для юного боксера или хоккеиста, дарит тренажер или прогулочную коляску для ребенка-инвалида [5]. Поскольку помощь адресная – волонтер сначала узнает, что мечтает получить в подарок ребенок, что ему жизненно необходимо именно сейчас, и потом совершает самое приятное – дарит ребенку частичку своей заботы и веру в мечту.

Волонтерское движение «Добрые сердца» с каждым годом развивается, вовлекает все новых участников, увеличивает зоны своего внимания.

На данный момент существует шесть традиционных акций, которые ежегодно проводят «Добрые сердца».

1. Проект «Подарок Деда Мороза», в котором каждый сотрудник «Башнефти» может помочь детям из детдомов, приютов и центров реабилитации поверить в сказку, приобретая ребенку самый заветный подарок, который ему на Новый год подарит сам Дед Мороз.

2. Еще один проект для детей под названием «Подарок к школе» позволяет сотрудникам «Башнефти» поздравить ребят с Днем Знаний, снабдив все тех же детей всем необходимым к 1 сентября инвентарем для учебы в школе.

3. Забота о людях старшего поколения, в разные годы работавших на предприятиях группы компаний «Башнефть», в том числе ветеранах Великой Отечественной войны – претворяется в проекте «Добрые сердца ветеранам компании». Это благотворительная акция «Башнефти», в которой волонтеры дарят пожилым людям свое внимание, навещая их и помогая им в хозяйственных делах, ведь это иногда дороже любого подарка. два раза в год – к Новому году и ко Дню Победы в доме каждого ветерана за столом собираются дети, и новое поколение нефтяников – волонтеры Компании. Именно так

осуществляется укрепление связи поколений, передача опыта и знаний молодым сотрудникам, будущему нефтяной промышленности. Волонтеры часто берут в гости и своих детей.

4. Экология – вот еще один аспект, обойти который стороной «Башнефть» не может. Поэтому обязательным весенним мероприятием для сотрудников Компании является субботник. Волонтеры убираются в парках, детских оздоровительных лагерях, детских домах и приютах.

5. Одна из акций, проводимых в «Башнефти», действительно имеет жизненно важное значение. Жизненно важное для тех, чья жизнь зависит от донорской крови. В дни проведения этой акции на территории «Башнефти» устанавливается мобильная передвижная станция переливания крови (МПСПК) Республиканской станции переливания крови Уфы, и любой желающий сотрудник может сдать кровь и, возможно, спасти чью-то жизнь. Эта акция проводится несколько раз в календарный год.

6. АНК «Башнефть» заинтересована в здоровых сотрудниках, поэтому в рамках всемирного Дня отказа от курения проводит агитацию в поддержку здорового образа жизни, напоминая своим сотрудникам, что они имеют возможность заниматься практически любым видом спорта на собственной спортивной базе «Башнефть». А также принимать активное участие в соревнованиях, которые Компания не обходит стороной, очень часто занимая призовые места на всероссийских турнирах среди сборных команд различных предприятий.

Помимо вышеперечисленных ежегодных запланированных акций, в «Башнефти» проходят разнообразные тематические мероприятия, такие как День нефтяника, Новый Год, а также различные заседания, конференции, съезды, собрания, где всегда нужна помощь в организации, нужны люди, умеющие быть на подхвате – и это тоже волонтеры.

Поскольку Компании важна обратная связь, каждый сотрудник может предложить свои идеи о зонах заботы и новых проектах волонтерского движения.

За те несколько лет, что в компании «Башнефть» существует волонтерское движение, достигнут существенный прогресс. Количество активных волонтеров, принимающих участие в мероприятиях – более 700, и еще тысячи людей участвуют в благотворительных сборах для проектов волонтерства или на лечение онкобольных детей [6].

И сейчас уже многим сотрудникам трудно и даже невозможно представить Компанию без волонтерства. Один раз попробовав сделать доброе дело, хочется продолжать оказывать посильную помощь. Поэтому в этом деле главное – начать.

В данный период времени «Добрые сердца» активно готовятся к проведению новогодней акции «Подарок Деда Мороза». Автор статьи проходит стажировку в Департаменте корпоративных коммуникаций,

который координирует волонтеров и ему доверен контроль работы кураторов всех подразделений «Башнефти», участвующих в акции. Осуществляется контроль за сбором средств и закупкой подарков для детей, а также за тем, все ли подарки будут куплены и доставлены детям, нужна ли помощь в предоставлении реквизита и транспорта для проведения новогоднего утренника в подшефных организациях и контролирую четкое исполнение сроков акции.

С точки зрения организации и реализации акции за шесть лет выработалась четкая стратегия ее проведения, поэтому волонтеры хорошо знают свою работу и понимают, что и как им нужно делать. Но один изъян все-таки есть. Тот факт, что «Башнефть» занимается добрыми делами, знает лишь узкий круг людей, в основном причастных к этому. А широкая общественность видит «Башнефть» как статусную государственную нефтяную компанию, успешно развивающуюся, лидирующую по добыче нефти в России, заключающую контракты с партнерами по нефтяному бизнесу, но это неполный имидж Компании.

Для того чтобы массовая аудитория знала «Башнефть» как социально ответственную Компанию, имидж «Башнефти» необходимо приблизить к народу. На наш взгляд, начать работу в этом направлении нужно с позиционирования Компании через СМИ. То есть пригласить журналистов с различных телевизионных каналов, представителей печатных изданий и интернет-порталов, например, на волонтерскую акцию «Подарок Деда Мороза» в Социально-реабилитационной центр для несовершеннолетних в городе Уфа или в филиал Центра реабилитации детей и подростков с ограниченными возможностями здоровья в Татышлинском районе (который также курирует «Башнефть»). Чтобы не создавать толпу и не приковывать излишнее внимание общественности и не добиться обратного, уже негативного, эффекта, достаточно двух-трех представителей СМИ.

Далее, нужно наладить взаимодействие с конкретными журналистами конкретных изданий и телеканалов, найти именно тех, кто будет транслировать информацию в массы грамотно и точно, будет постоянно заниматься освещением проектов волонтерского движения «Добрые сердца» и социальной политики «Башнефть» в целом. Цель: сотрудничать с этими журналистами на постоянной основе, так как волонтерские акции в Компании проводятся регулярно.

Следующим шагом по приближению имиджа «Башнефти» к народу станет программа лояльности по приобретению бонусных накопительных карт. На данный момент эта программа успешно стартовала в республике Удмуртия и в настоящее время начала реализовываться и в нашей республике. Поскольку старт программы уже состоялся (1 декабря 2015 года) [7], специалистам по рекламе и PR следует проводить активную рекламу бонусных карт.

По городу развешаны рекламные баннеры «Мы знаем своих!», но

этого мало – можно снять серию рекламных роликов с известными в Уфе и Башкортостане личностями, которые уже приобрели карту и рассказывают условия акции и свои эмоции от ее использования. Показывать эти рекламные ролики по местному телевидению, чтобы как постоянные, так и потенциальные клиенты АЗС «Башнефть» не только имели представление о новой бонусной системе, но и хотели обладать бонусной картой. Так же можно поставить информационные стойки в крупных торговых комплексах Уфы, где сотрудники «Башнефть», разработавшие данную программу, смогут объяснить всем желающим правила участия, ответить на все интересующие вопросы, а клиенты смогут приобрести карту.

Кроме этого можно провести предновогоднюю акцию на АЗС «Башнефть»: раздавать всем, кто приезжает заправиться номер, и потом в установленный день провести розыгрыш подарков – среди которых может быть продукция с символикой «Башнефть» (футболки, блокноты, брелоки, флешки и др.), а главным призом станут 3 бонусные карты с уже зачисленной туда 1000 бонусных баллов.

Таким образом, имидж Компании «Башнефть» нуждается в постоянной корректировке, откликаясь на вызовы времени, и у специалистов по PR и рекламе есть перспектива этим заняться. И есть уже определенный опыт такой работы на предприятиях ТЭК [8; 9]. А из зарубежного опыта особый интерес представляет деятельность компании Toyota по развитию корпоративной культуры [10]. Однако прежде чем действовать в этом направлении, необходимо заручиться поддержкой Совета директоров Компании, что придавало бы этой работе серьезный импульс и повысило ответственность за её результаты.

Список литературы

1. ПАО АНК «Башнефть» / ПАО АНК "Башнефть".1995-2015[Сайт]- URL: <http://www.bashneft.ru./company/>
2. Социальные и благотворительные проекты / ПАО АНК «Башнефть», 1995-2015. URL: <http://www.bashneft.ru./development/social/>
3. «Башнефть» направит 20 млн рублей на социальные проекты в Оренбургской области / ПАО АНК «Башнефть», 1995-2015. 26 Февраля 2015.
URL: <http://www.bashneft.ru./press/news/7837/> (дата обращения: 30.11.2015).
4. Кадровая политика / ПАО АНК «Башнефть», 1995-2015. URL: http://www.bashneft.ru/development/personnel/?sphrase_id=480615
5. О волонтерском движении сотрудников ОАО АНК «Башнефть» «Добрые сердца» / ПАО АНК «Башнефть», 1995-2015. URL: <http://portalbn.bashneft.ru/volunteers/Pages/about.aspx> (дата обращения: 30.11.2015).
6. От «Доброго сердца» детям/ Твой Нефтекамск.РФ. URL:

<http://nefttv.ru/news/ot-dobrogo-serdca-detjam.html> (дата обращения: 30.11.2015).

7. Мы знаем своих // Башкирская нефть. –2015. –№ 20. –С.3.

8. Шаипова С. А. Особенности PR-технологий корпораций топливно-энергетического комплекса / Шаипова С. А. – М: "Реклама. Теория и практика", #1, 2011 г. [Сайт]-URL: <http://grebennikon.ru/article-e73i.html>

9. Хораш Г. Национальные особенности PR в ТЭК /[Сайт]-URL: <http://www.advlab.ru/articles/article301.htm>

10. Лайкер, Д. Корпоративная культура Toyota. Уроки для других компаний / Д. Лайкер, М.Хосеус .- М.: Альпина Паблшерз, 2011. – 354 с.

УДК 339.138

К.А. Поспелова (Казань, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева-КАИ, научный руководитель – к.и.н., доцент Н.М. Галимуллина)
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ: ИНФОРМАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

На сегодняшний день, в процессе активной трансформации политической системы России в направлении демократизации общества создается ситуация, при которой особое значение имеет основанное на доверии и взаимопонимании взаимодействие органов власти и граждан. Теперь как никогда ранее, особое значение имеет создание и поддержание постоянного диалога между государством и общественными институтами, представляющими интересы граждан. Местное самоуправление имеет большое значение для поиска новых моделей управления обществом, создания и укрепления новой российской государственности, где пирамида формирования и удовлетворения потребностей принципиально перевернута: не государство определяет то, что нужно местному сообществу и в каком объеме, а само население посылает импульсы-требования к местной власти, а она, в свою очередь – государству.

Так как решения местных властей, претворение в жизнь всех их решений затрагивают практически каждого жителя города и почти все сферы жизнедеятельности граждан, органы местного самоуправления постоянно находятся в зоне усиленного критического внимания общественности.

Большую роль в формировании и поддержании взаимных связей муниципальных органов власти и общественности отводят деятельности связей с общественностью.

Согласно классификации В.П.Орешина к органам местного самоуправления относятся:

1) Непосредственные – собрания, сходы граждан, на которых прямым волеизъявлением большинства жителей решаются местные

вопросы (они проводятся в небольших населенных пунктах, где для этого не образуются представительные органы).

2) Представительные – те, которые избираются непосредственно населением и которые могут именоваться муниципальным собранием, комитетом, думой и т. д.

3) Исполнительные – главы местного самоуправления (глава администрации, мэр, староста и т. д.), избираемые населением или представительным органом [3, с.238].

Принципиальное отличие органов местного самоуправления от государственных органов заключается в их природе и значении: они более тяготеют к гражданскому обществу, общественному управлению. Государство устанавливает лишь правовые нормы функционирования местного самоуправления, а полем реализации управленческих функций является преимущественно гражданское общество.

Налаживание коммуникативных связей в муниципальном управлении крайне важно. При этом взаимоотношения органов муниципальной власти с гражданами должны строиться на принципе соучастия, для реализации которого важно осуществление разнообразных связей. При этом подобные связи «должны выстраиваться в двух направлениях: от органов управления к гражданам – прямая связь, от населения к органам власти – обратная связь» [2, с.474].

Исходя из этого, можно говорить о том, что связи с общественностью в муниципальных органах власти призваны обеспечивать оперативное, непрерывное предоставление информации о принимаемых решениях и результатах деятельности органов власти, обеспечение эффективной обратной связи с обществом. При этом необходимо также учитывать воспитательно-информационную функцию, которая направлена на просвещение граждан об ответственности органов власти.

Согласно позиции Е.Б.Поканиновой [4, с.6], муниципальным органам власти с помощью средств связей с общественностью необходимо формировать систему взаимодействия с гражданами, которая должна способствовать демократизации общества и укреплению начал гражданского общества. По ее словам, особое значение имеет выбранная стратегия, где главным критерием является поддержание лояльности и доверия граждан к органам власти.

Для формирования эффективного механизма взаимодействия органов муниципальной власти с гражданами, В.А.Моисеев выделяет следующие задачи связей с общественностью:

1) установление, поддержание и расширение контактов с населением и организациями;

2) регулярное информирование граждан о принимаемых решениях;

- 3) регулярное изучение общественного мнения, желательно, в текущем режиме (социально-политический мониторинг);
- 4) анализ общественной реакции на действия должностных лиц и органа власти в целом;
- 5) прогнозирование общественно-политических процессов;
- 6) обеспечение организации аналитическими разработками;
- 7) формирование благоприятного имиджа организации [2, с.471].

Для решения этих задач необходимо активно привлекать ресурсы Интернет, например, сайт Администрации и средства массовой информации.

Например, «если рассматривать деятельность в Интернете органов местного самоуправления г. Казани, следует отметить работу официального представительства мэрии Казани в сети Интернет-портал KZN.RU, который был создан в 2007 году. Сегодня 60% посетителей портала, согласно опросам сайта www.kzn.ru, женщины, в основном, в возрасте от 20 до 45 лет (84%). Наиболее востребованные рубрики-«Новости» (67%), «Интернет-приемная» (46%), «Справочник контактов» (32%)» [1, с. 52].

В городе Глазове Удмуртской республики накоплена обширная практика сотрудничества муниципальной власти и средств массовой информации для информирования о наиболее значимых событиях, проблемах города.

Медиахолдинг «Жизнь Глазова» является монополистом в городе в сфере телевидения, вещает на 5-ти эфирных телеканалах (НТВ, РенТВ, СТС, ТНТ, Пятница), а также имеет канал собственного программирования с 24-часовым вещанием (канал «Glazovlife»). Также в состав медиахолдинга входит газета «Гарант.ТВ» с самым большим тиражом в городе (23 000 экземпляров), 4 радиостанции (Дорожное радио Глазов, Европа Плюс Глазов, Радио Дача, Наше Радио) и интернет-портал glazovlife.ru.

Взаимодействие между СМИ и органами муниципальной власти строилось двустороннее: новостные поводы поступали от пресс-службы Администрации, журналисты медиахолдинга в свою очередь также обращались в Администрацию за комментариями относительно различных вопросов жизни города, в том числе и по проблемным обращениям граждан.

Телефон редакции медиахолдинга давно стал своеобразным «телефоном доверия», по которому жители могут рассказать о проблемах – по всем заявлениям ведется работа, многие проблемы решаются по звонку журналиста в Администрацию, по отдельным вопросам снимаются сюжеты с комментариями представителей власти. Показательным сюжетом на эту тему стал репортаж под названием «Дом, которого нет». После обращения журналиста в Управление Архитектуры города, проблема сдвинулась с мертвой точки.

Очевидно, что для того, чтобы органы власти могли эффективно функционировать и взаимодействовать с населением, они должны быть в первую очередь информированы и сами обладать возможностью информировать. Следовательно, необходима реализация развитых и разнообразных связей, организованных в двух направлениях: от органов власти (управляющих) к гражданам (управляемым) – осуществление прямой связи и наоборот, от населения к власти – осуществление обратной связи.

Список литературы

1. Галимуллина, Н.М. Коммуникационные инструменты исполнительной власти Республики Татарстан в интернете / Н.М.Галимуллина, О. Н.Коршунова // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. –2011. –№ 9. – С. 50-53.

2.Моисеев, В. А. Паблик рилейшнз – средство социальной коммуникации /В.А. Моисеев. –Киев: Дакор, 2002. –506с.

3.Орешин, В. П. Система государственного и муниципального управления / В.П. Орешин. – М. : ИНФРА-М, 2010. –320 с.

4.Поканинова, Е. Б. Связи с общественностью как инструмент социального управления: проблемы становления и функционирования (На примере Республики Калмыкия): автореф. дис. ... канд. социол. наук. –М., 1999. – 19 с.

УДК 339.138

Р.А. Исмагилова (Казань, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева-КАИ, научный руководитель – к.и.н., доцент Н.М. Галимуллина)

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМА В РАБОТЕ С ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ: ПРОДВИЖЕНИЕ РАБОЧИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Изменение экономической системы в России в начале 90-х гг. XX века значительно отразилось на разрезе профессиональной занятости. Если «в позднесоветские времена молодые люди чаще всего работали в промышленности (на нее приходилось 38% из всех занятых в возрасте до 30 лет), строительстве (12%), сельском хозяйстве (9%), торговле (9%) и на транспорте (8%)» [1], то в настоящее время в России наблюдается дефицит рабочих в сфере промышленности. Так, например, на сайте ВЦИОМ были проведены исследования, из которых следует, что рабочие профессии занимают седьмое из восьми мест по престижу и доходности, по мнению россиян на 2012 год. [4] Кроме этого, дефицит заметен в высших учебных заведениях, профессиональных технических училищах и промышленных предприятиях, где средний возраст рабочих приближается к пенсионному.

Связи с общественностью и реклама имеют все возможные средства для решения данной проблемы. Важно повлиять на общественное мнение, постараться показать насколько престижно, перспективно иметь рабочую специальность.

Общественное мнение – это состояние массового сознания, заключающее в себе отношение к социальным событиям, к деятельности общностей, организаций, отдельных личностей. Общественное мнение способно не только отражать объективную действительность, но и воздействовать на практическую деятельность людей через механизм социальных норм и контроля [3].

В настоящий момент российский производственный сектор переживает не самые лучшие времена. В общественном сознании, четко держится утверждение, что рабочие специальности — низкооплачиваемые и малопривлекательные. В отрасли не хватает рук, молодежь не заманишь на подобную работу. Почему сложилась такая ситуация? И как поднять престиж профессии? На эти вопросы мы попытаемся дать ответ.

Отличием рабочей профессии от профессий другого рода является именно физический труд, как основополагающий фактор материального производства. Столяр, слесарь, фрезеровщик, сталелитейщик и т. д. – всё это рабочие профессии.

В соответствии с решением совместного заседания Государственного совета Российской Федерации и Комиссии при Президенте Российской Федерации по модернизации и технологическому развитию экономики России, состоявшемуся 31 августа 2010 г., основными мероприятиями, которые должны лечь в основу региональных комплексных программ развития профессионального образования должны стать: комплекс мероприятий, способствующих повышению престижа рабочих специальностей, включая использование возможностей социальной рекламы, ознакомление учащихся с перспективами трудоустройства по выбираемой специальности и условиям работы на предприятиях и в организациях, профориентационные мероприятия и меры дополнительной социальной поддержки выпускников учреждений начального среднего профессионального образования, избравших работу по профильной специальности, обеспечений гарантий трудоустройства.

Что касается роли PR-технологий, роль в расширении границ действия в работе государства и молодых людей, которые собираются выбирать своё будущее место учебы. PR– это неотъемлемая часть эффективного управления любой организованной формой деятельности, как частной фирмы, так и государства в целом. Связи с общественностью основная функция PR – внедрение в ценностный ряд какой-либо социальной группы информации о предмете, для

дальнейшего закрепления его мифологической парадигмы, как идеальном в ряду ценностей этой социальной группы, нужной ей для самоидентификации.

Повсеместная компьютеризация и активное посещение социальных сетей молодыми людьми требует работы и в этой сфере. Возможности интернет-пространства весьма разнообразны и экономически являются наиболее приемлемыми, как для общественных организаций, коммерческих компаний. К сожалению, в настоящее время СМИ уделяет не достаточного внимания популяризации рабочих специальностей и существующим проблемам развития основных областей народного хозяйства. Необходимо повысить интерес к данной теме СМИ. Например, для привлечения рабочих на предприятия шинного комплекса «Татнефть» созданы новые рубрики в распространяемых в г. Нижнекамске корпоративных газетах «Нижнекамский шинник», «Чулман»: «Во благо людей», «Герои нашего времени», «Властелин колес», «Дело мастера боится», «История в лицах», «Кадры – фундамент успеха», «Кадрлар – уныш нигезе», «Алгы сафтагылар», «Ярып баручылар», «Житмеш торле хонэр дэ аз», «Хонэри осталык конкурсларыннан» [2, с.40].

Беря во внимание все вышперечисленное можно сделать вывод: что обеспечить российской производственной сфере будущее можно только одним способом — повысить привлекательность рабочих специальностей.

Список литературы

1. Добрынина, Е. Сухой бы "корочкой" питался // Российская газета. 2016. –№6949(81)// <http://rg.ru/2016/04/14/opros-79-uchashchihsia-hotiat-najti-rabotu-v-sootvetstvii-s-interesami.html> (дата обращения :15.04.2016)-
2. Ибатуллина, Л.Связи с общественностью в повышении имиджа рабочих специальностей / Л. Ибатуллина, Н.М. Галимуллина // Казанская школа связей с общественностью: Сборник статей. ГБОУ ВПО Казанский государственный технический университет им. А. Н. Туполева. Казань, 2014. — С. 39-43.
3. Общественное мнение как институт гражданского общества // Социология: обучающий материал URL: <http://socialworkstud.ru/podrobnyj-konspekt-lekcij-po-socziologii/188-obshhestvennoe-mnenie-kak-institut-grazhdanskogo-obshhestva.html> (дата обращения: 25.12.15).
4. Я в юристы бы пошел... пусть меня научат! // <http://wciom.ru/> URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=113109> (дата обращения: 19.12.15).

УДК 339.138

А.В. Арзина, Э.И. Гарайшина (Казань, Казанский (Приволжский) Федеральный Университет, научный руководитель-проф., д. с. н., доцент А. М. Нагимова).

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПУБЛИЧНОЙ СФЕРЫ: КОНЦЕПЦИЯ Ю. ХАБЕРМАСА

Согласно определению в словаре, публикой называют совокупность людей, которые являются объектом воздействия искусства, развлекательных мероприятий, литературы, пропаганды, рекламы [4]. В каждом конкретном из этих направлений понятие имеет свои синонимы. Соответственно в театральной деятельности публика определяется в значении «зрители», в рекламе может употребляться как «целевая аудитория», в избирательной компании означает «избиратели», в разговоре продавцов может быть использован термин «покупатели», в беседах работников транспорта термин будет означать «пассажиры».

Начало своего развития понятие «публика» берет с истоков определения категории «общественное мнение», «публичное» или «публичное пространство» (Х. Арендт). Различают несколько подходов к пониманию публичности. Так, мы можем увидеть различия в концепциях Х. Арендт и Ю.Хабермас. Согласно первой, публика выступает в качестве людей, которые видят друг друга визуально, и таким образом публичное пространство является сферой действий людей, совершаемых ими перед лицом друг друга. По мнению Хабермаса Ю., публика является виртуальной общностью тех, кто пишет, читает и интерпретирует, то есть главным фактором выступают средства массовой коммуникации. Таким образом, в публичной сфере не столько осуществляются действия, сколько происходит коммуникация, обмен мнениями и информацией.

Публика не может сама по себе править, но может вынести на общественное обсуждение, проконтролировать действия административной власти и направить их в необходимое русло. В своей работе «Структурная трансформация публичной сферы», Хабермас Ю. выделяет два вида публики: «сильная» и «слабая», где первая основана на формировании общественного мнения, а вторая на принятии решений [3].

«Слабая» публичность характеризуется Ю. Хабермасом как открытая и спонтанная, и неформальная. «Сильной» публичности присуща формальность.

Хабермас Ю. также выделил три главных вида участников публичной сферы. К первому виду относит тех, кто приходит в нее «извне»: из организованных и формально структурированных контекстом в поисках главного ресурса, которым располагает публичная сфера – влияния. В основном ими являются члены политический

партий, парламента. Второй тип участников наполняют сферу «изнутри», борясь за общественные интересы, новые права. К третьему виду участников относят журналистов, которые контролируют отбор тем, текстов и авторов, циркулирующих в публичной сфере [2].

В современном мире происходит возрастание анонимности в публичном пространстве это объясняется тем, что любая группа, которая входит в него, привносит свои проблемы и свои ценности, которые в дальнейшем подлежат публичному обсуждению. В то же время существует борьба за то, чтобы сделать какую-либо проблему «публичной», и она становится одной из форм борьбы за справедливость.

На сегодняшний день концепция публичности, рассматриваемая Ю.Хабермасом, становится даже еще более актуальной, чем во время ее возникновения и первоначального становления. Это происходит потому, что виртуальная общность занимает все большее значение в социальной реальности, большое количество общественных проблем выносятся изначально на публичное обсуждение, используя возможности виртуальной реальности, а лишь потом – приобретают вид закона, норм общества. Другими словами, представленная концепция не подразумевает личного контакта в обсуждении общественных проблем.

В настоящее время, с глобальным процессом развития информатизации современного социума, концепция Ю.Хабермаса становится более применительна к современному миру, значительно упрощая тем самым обмен информацией. Современному обществу все реже присуще взаимодействие индивидов лицом к лицу, чему способствовала популярность социальных сетей, разных форумов, на которых индивиды проводят много времени, где происходит коммуникативные процессы, обмен всевозможной информацией и мнениями по определенным социально-востребованным проблемам.

В качестве примера может служить электронное правительство в Республике Татарстан. Эта система была создана не так давно для перевода в электронный вид наиболее востребованных массовых услуг, простых в реализации, таких как электронные очереди в поликлинику или проверки штрафов от ГИБДД, направленная на обеспечение эффективной работы правительства и органов федеральной (территориальных), региональной и муниципальной власти, а также подсистема государственных электронных услуг для юридических и физических лиц [5]. Для граждан создан специальный портал услуг, в котором собран большой перечень услуг, не только муниципальных и государственных, но и социально значимых, где они могут выразить свою точку зрения по тому или иному вопросу. Всем желающим предоставляется возможность написать обращение по волнующим их проблемам определенным структурам. Сейчас в Татарстане в электронный вид переведено свыше 220 услуг.

Таким образом, на публичную сферу выносятся насущные проблемы без личного взаимодействия акторов, актуализируя концепцию Хабермаса Ю. о публичности. В современном обществе «публичная сфера» предоставляет свободное медиапространство для коммуникации между гражданами, в связи, с чем ее роль для общества значительно возрастает. Также можно отследить формирование новой публичной сферы в рамках интернет-дискурса, где у каждого есть возможность стать активным актором сети. В дальнейшем, с большим развитием информационного общества, число пользователей в сфере виртуального взаимодействия будет только увеличиваться.

Список литературы

1. Никовская, Л.И. Особенности состояния публичной политики в регионах России: типология, субъекты, институты / Л.И. Никовская, В.Н. Якимец // Публичная политика в контексте задач модернизации России: конструктивный потенциал и формы использования. – М. : РАПН, РОССПЭН. —2012.

2. Публичная сфера: теория, методология, кейс стадии: коллектив. моногр. / под ред. Е.Р. Ярской-Смирновой и П.В. Романова (Библиотека «Журнала исследований социальной политики»). М. : ООО «Вариант»: ЦСПГИ, 2013. —360 с.

3. Трубина, Е.Г. Статья в словаре под ред. А. Грицанова и М. Можейко Постмодернизм. — Минск, 2001. (а также, с изменениями, в словаре под ред. Т. Керимова Социально-философский словарь. —М., 2004.

4. Публика. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1109799> (дата обращения: 6.04.2016)

5. Электронное правительство Республики Татарстан. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://open.gov.ru/events/5514917/>

УДК 339.138

И.Г. Гоношилина, А.Д. Кирменева (Ульяновск, Ульяновский государственный технический университет, научный руководитель – к.ф.н., доцент И.Г.Гоношилина)

РОЛЬ ИМИДЖЕВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА(НА ПРИМЕРЕ МЕДИА-ХОЛДИНГА «МОЗАИКА»)

Актуальность темы определяется тем, что в социокультурном пространстве информационного общества объективно повышается роль информации и технологий работы с ней, одной из которых являются имиджевые технологии. Значимость имиджевых технологий как механизма эффективного развития производства является общепризнанным фактом.

Современное общество провозгласило информацию главной ценностью, сырьем, товаром, стимулятором творческой активности. Возрастает скорость и значимость процессов обмена и получения сообщений о нас самих и других. Общей тенденцией является переход от традиционной линейной к экранной культуре, для которой характерен приоритет образного восприятия окружающей действительности над концептуально-рациональным ее осмыслением. В этих условиях коммуникационные и информационные процессы становятся факторами формирования социокультурной среды. Ярлыки, клише, стереотипы, запуск механизмов ассоциации для создания и трансляции необходимого образа позволяют маркировать социокультурное пространство и сообщать только ту информацию, которая необходима. В этой связи естественным продуктом обработки больших массивов информации и выразителем социокультурных особенностей населения становится имидж. С этих позиций актуализируется потребность в исследовании имиджевых технологий, как одного из технологий культурного менеджмента социальных субъектов, прежде всего, организаций.

Внутри любой современной компании должна постоянно проводиться работа по возможным трансформациям имиджа в соответствии с потенциальными изменениями условий рынка. При этом «новые» элементы имиджа должны хитро вплестаться в прежний, привычный рисунок, чтобы у пугливого старого клиента было время привыкнуть к ним неосознанно, а пытливый новый клиент мог «клюнуть» на ваши инновации [1].

Экономический кризис поставил под сомнение существование многих редакций, которые не смогли принять вызов новой экономической политики. Большинство изданий и редакций радио и телевидения объединяются в медийный союз (или холдинг), где создается общая финансовая структура редакций. Холдинг (с англ. «holding» – владение) – это производственный комплекс, в состав которого входят другие дочерние компании. В журналистике холдинги выполняют функции, аналогичные промышленной сфере: производство – результат производства. Медиа-холдинг – это объединение, в состав которого входят редакции Интернет-сайтов, газет, телевидения и радио. Благодаря этому происходит создание единой медиа-компании, которая контролирует дочерние предприятия (редакции), а также позволяет сэкономить финансовые ресурсы информационного производства. В Ульяновской области ярким примером медиа-холдинга является медиа-холдинг «Мозаика», в состав которого входят традиционные и новые медиа: радио, телевидение, печатные СМИ, Интернет.

«Мозаика» создана в 1994 году — группа предприятий на рынке рекламы и бизнес-коммуникаций, издающих и распространяющих СМИ. Медиа-холдинг включает в себя известные ульяновские медийные

бренды а также новые проекты, которые зарекомендовали себя на медийном рынке региона. За 22 года своего существования Медиа-холдинг «Мозаика» стал крупным объединением предприятий с разнообразными направлениями деятельности, реализацией которых занимаются сотни сотрудников. «Мозаика» — учредитель бесплатной газеты «Мозаика» — самого массового печатного издания Ульяновской области, имеющего общий тираж 272 600 экземпляров. «Издательский Дом «Мозаика» выпускает одну из самых популярных в стране газет и единственное в Ульяновской области ежедневное издание — «Комсомольская правда — Ульяновск». «Мозаика-Медиа» издает один из самых популярных в России и в Ульяновской области еженедельник «Аргументы и Факты в Ульяновске». «Деловое обозрение» — первый ульяновский информационно-аналитический журнал для бизнеса и о бизнесе. «КА «Мозаика» — одно из ведущих курьерских агентств региона. «ИРА «Мозаика» — рекламное агентство полного цикла, которое осуществляет комплексное рекламно-информационное обслуживание и включающее в себя новостную ленту в Интернете «Главные новости Ульяновска» (www.mosaica.ru). Торговая Группа «Мозаика» снабжает периодическими изданиями и канцтоварами не только собственную сеть киосков, но и практически все сетевые магазины Ульяновска и Димитровграда. Специалисты ООО «ВК «Мозаика» — умелые организаторы интересных и масштабных выставок и фестивалей.

Первая бесплатная, ныне самое популярное информационно-рекламное издание города Ульяновска газета «Мозаика» стала отправной точкой для создания многопрофильного медиа-холдинга, который сегодня развивает четыре направления бизнеса: редакционно-издательскую деятельность, рекламные услуги, логистику и дистрибуцию. В коллективе медиа-холдинга «Мозаика» сегодня работает 412 человек, среди них и те, кто стоял у самых истоков создания самого популярного издания Ульяновска. В медиа-холдинге «Мозаика» трудится и много талантливой молодежи, они привносят в бизнес-процессы креатив и задор, составляют отличный альянс с опытными профессионалами [2].

И, по-прежнему, самым ярким и самым главным «пазлом», самым успешным проектом на местном рынке СМИ является «Мозаика». Сколько попыток предпринимали конкуренты, но никому так и не удалось повторить успех «Мозаики», которая была и остается первой на информационно-рекламном пространстве региона. За 22 года газета существенно «поправилась», похорошела и расцвела, у нее вырос тираж — благодаря тому, что в сотни раз увеличилось количество компаний, предпринимателей и обычных граждан, желающих использовать «Мозаику» в качестве рекламной площадки. Коллективу «Мозаики» приятно осознавать, что многие давние партнеры «росли»

вместе с газетой. Радует и тот факт, что 81% клиентской базы издания — постоянные партнеры «Мозаики». Изменения коснулись и информационной составляющей популярной газеты. В «Мозаике» как в зеркале отражается вся жизнь города в его многообразии. «Мозаика» сегодня, как справедливо заметил глава нашего региона Сергей Морозов, «это уважаемый брэнд, узнаваемый не только в Ульяновской области, но и далеко за ее пределами».

Обратная связь с читателем всегда была предметом особой гордости редакции, а сегодня этот диалог вышел на новый уровень развития. Ульяновцы постоянно звонят в редакцию, пишут письма, в том числе электронные, отправляют смс-сообщения – с предложениями, жалобами, новостями и даже фотографиями с места событий, свидетелями которых они случайно стали. Все читательские сообщения публикуются на сайте «Главные новости Ульяновска», и послания с вопросами не остаются без ответа, как в «старые добрые» времена — на них оперативно реагируют ответственные лица, чиновники. «Мозаика» делает жизнь родного города лучше.

Наш мир вступил в новое тысячелетие, которое диктует свои правила в экономической и политической сферах. Сегодня финансовые затраты не позволяют малотиражным изданиям или телеканалам с низкой популярностью беззаботно функционировать на медийном рынке. Данная проблема решается благодаря медиа-холдингам. Бесспорно, ныне холдинги играют важную роль в развитии журналистики XXI века. Это связано с интеграционными процессами в СМИ.

Список литературы

1. Основы медиабизнеса. — М. : Аспект Пресс, 2009.
2. Официальный сайт медиа-холдинга «Мозаика» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://mosaica.ru/>

УДК 339.138

**Н.С. Плохова (Казанский (Приволжский) федеральный университет)
И.А. Плохова (Ульяновский государственный педагогический университет)**

ТЕХНОЛОГИИ РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ КАК ФОРМА РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

В последние годы в связи с социально-экономической ситуацией в России возникли предпосылки для создания и реализации новаторских социальных программ или проектов, которые решают важные социальные проблемы общества. Социальное проектирование является технологией разработки и реализации социальных проектов.

Социальное проектирование – это создание модели (проектирование) различных социальных процессов, явлений (например,

таких как образовательные приоритеты, социокультурные феномены) и способов решения социальных проблем.

Впервые социальное проектирование в виде социального конструирования рассматривалось современными учеными Питером Бергером и Томасом Лукманом, Малькольмом Пэйном посредством индивидуального представления о реальности, воплощенного личным поведением через определенные правила с целью переконструирования социального окружения [4].

Луков В.А. определяет социальное проектирование как одну из технологий достижения ожидаемого результата в социальной сфере и как конструирование желаемого будущего [3].

Сафронова В.М. определяет проектирование как «форму отображения объективной действительности, процесс создания прообраза ... объекта, явления или процесса» с целью преобразования социального окружения, которое отвечало бы желаемым требованиям [4]. Социальное проектирование используется как один из компонентов целенаправленной деятельности, когда разрабатываются различные варианты решения новых социальных проблем и содержатся предложения относительно данного решения на практике с систематическим описанием социального эксперимента.

В итоге, можно определить, что социальное проектирование это процесс конструирования социальной деятельности, которая направлена на преодоление проблем, изменение и/или развитие социальной ситуации [2].

Необходимо понимать разницу между социальным проектом и социальным PR-проектом. Социальный проект – это информационное и финансово-экономическое обоснование осуществления системы мер, направленных на решение той или иной социальной проблемы. Он может включать в себя планирование строительства социальных объектов, лечения и реабилитации инвалидов, обучения и т.д. Социальный же PR-проект – это коммуникационная составляющая социального проекта, либо самостоятельный PR-проект, направленный на решение конкретной социальной проблемы.

Чтобы получить максимально возможный результат от социального PR-проекта, необходимо качественно разработать проект, составить его организационный план и подготовить все необходимое, включая ресурсы и кадры, а затем успешно реализовать намеченный план действий [1]. Для этого нужно предпринять ряд последовательных шагов.

- 1) Проанализировать ситуацию и определить проблему. Для этого необходимо изучить общественное мнение по данному вопросу (провести различного рода исследования). Описать социальную проблему и проанализировать возможные трудности на пути ее решения.

2) Стратегическое планирование. Определить цели, задачи, целевую аудиторию социального проекта; продумать конкретную проектную идею, креативную концепцию; осуществить анализ имеющихся ресурсов; охарактеризовать систему управления проектом; провести тестирование (апробирование) основных тезисов и идей проекта.

3) Определить ключевые направления проекта (тактика). Необходимо составить план основных мероприятий для целевой аудитории (обосновать необходимость проведения конкретных мероприятий), а также план работы над проектом.

4) Календарное планирование. На данном этапе составляется рабочий график мероприятий для целевых аудиторий и СМИ, распределяются обязанности внутри команды, работающей над проектом; при необходимости производится обучение членов команды.

5) Работа со СМИ является важным этапом в реализации PR-проекта, так как необходимо широкое освещение, чтобы донести информацию до целевой аудитории. Нужно обосновать выбор каналов СМИ, провести медиапланирование, написать статьи и пресс-релизы, организовать публикации в СМИ, а также создать резонанс в сети Интернет.

6) Бюджетное планирование проекта: определение необходимых ресурсов и источников их получения, грамотное составление сметы бюджета проекта.

7) Фандрайзинг проекта производится по необходимости. Выделение групп организаций в качестве потенциальных спонсоров, распределение основных статей расходов между ключевыми партнерами, формирование спонсорских пакетов по градациям, подписание договоров.

8) Разработка системы оценки эффективности проекта и описание ожидаемых результатов. Необходимо определить критерии и инструменты измерения эффективности.

9) Реализация проекта включает в себя следующие шаги: составление предложений по проекту, поиск деловых партнеров, проведение официальных переговоров, получение необходимых ресурсов, проведение плановых мероприятий, оценка и контроль выполнения плана, корректировка плана реализации проекта, информирование общественности о ходе и результатах проекта.

10) Оценка эффективности социального PR-проекта по выбранным критериям (исследования, мониторинг, составление пресс-клипов).

Важными элементами проекта являются введение, приложения и паспорт проекта. Во введении определяют актуальность темы, уникальность (новизна или инновационность) проекта, сроки реализации проекта. Приложения содержат макеты визуальных документов,

сценарии мероприятий, бланки анкет и т. д. Технологии разработки социального PR-проекта, оценки его жизнеспособности и организационных основ его реализации включают: методики и технологии социального предвидения, прогнозирования, планирования, конструирования и математического моделирования социальных процессов, сбор информации, методики формирования общественного мнения, нейминга, визуализации в фирменном стиле кампании. Все эти составляющие призваны облегчить организацию работы с общественностью и направлены на успешное проведение социального PR-проекта [2].

К технологиям реализации социального проекта можно отнести такие виды деятельности, как:

- благотворительность
- спонсорство
- финансирование и софинансирование
- строительство и реконструкция предприятий
- организация мероприятий

По направленности социальные PR-проекты можно разделить на несколько направлений:

- поддержка детства и юношества
- поддержка культуры и искусства
- поддержка спорта
- поддержка образования
- поддержка здравоохранения
- поддержка малообеспеченных семей
- поддержка малочисленных народов и др.

Эффективность любого социального PR-проекта во многом зависит от готовности самого общества или конкретной целевой аудитории воспринять или поддержать ту или иную нео-идею. Часто бывает так, что идеи устаревают и перестают быть актуальными и социально значимыми. Для того чтобы всегда быть в курсе, какие проблемы являются важными для определенной группы общественности, необходимо проводить многофункциональное и непрерывное изучение общественного мнения. Это можно осуществлять при помощи различного рода исследований, таких как опросы, фокус-группы, панельные исследования, экспертные интервью и т. д.

Актуальным и довольно сложным является вопрос об оценке эффективности социальных PR-проектов и социальной деятельности в целом. Как отмечается в публикациях Ассоциации менеджеров, чтобы оценить эффект от реализации социальных PR-проектов, необходимы годы и оригинальные методики – эффект многих благотворительных проектов проявляется через десятилетия после их начала. Это приводит к тому, что исследователи вынуждены полагаться на паллиативные

методы, ориентированные больше на измерение процесса, нежели на конечный результат.

Эффективность социального PR-проекта можно рассматривать через постепенное увеличение охвата территорий, на которых реализуется данный проект. Конечный результат возможно увидеть только через определенное количество времени после завершения проекта.

Одним из возможных методов определения эффективности благотворительных проектов является построение системы оценок результативности в самых различных аспектах: социальном, демографическом, экологическом, имиджевом и т. д. Полученные оценки могут интерпретироваться через стоимостные показатели на разных уровнях. Тем не менее не следует считать оценку эффекта универсальным средством для обоснования проекта. В каждом отдельном случае необходимо решить, какой эффект является основным, критериальным, какой следует рассматривать в качестве сопутствующего. Преобладание во всех случаях экономического критерия, а тем более игнорирование других видов эффекта может привести к серьезным ошибкам.

Особое место среди других занимает так называемый «имиджевый» эффект, тесно связанный с понятиями «репутация» и «известность». Благодаря усилению имиджа и укреплению репутации компания приобретает дополнительные конкурентные преимущества на рынке за счет повышения степени стратегического доверия, коммерческой и инвестиционной привлекательности. Следует также отметить внутренний имиджевый эффект – реализация социальных инициатив способствует появлению у сотрудников ощущения причастности к социально значимым акциям и понимания высокого уровня социальной защищенности.

В определенной степени благотворительная и спонсорская деятельность компании связана с пиар-акциями, эффективная организация которых способствует повышению имиджа компании. Однако следует помнить, что нельзя злоупотреблять пиаром, вступать в противоречия с этическими и нравственными нормами.

Таким образом, стоит отметить, что разработка и реализация социального PR-проекта – это трудоемкий и долгий процесс, который требует затрат немалых ресурсов и времени, а также привлечения высококвалифицированных специалистов. Кроме того, очень тяжело дать оценку эффективности проделанного социального PR-проекта, так как не существует определенных критериев. Однако, не стоит недооценивать значение такого рода проектов. Они существенно влияют как на общество, помогая решать социально значимые проблемы, так и на репутацию организации, повышая ее престиж и доверие со стороны аудитории.

Список литературы

1. Кошелев, А.Н. PR-проектирование. От идеи до воплощения в реальность / А. Н. Кошелев. – М. : Дашков и К, 2013. – 304 с.
2. Луков, В.А. Социальное проектирование : учеб. пособие / В.А. Луков. – 9-е изд. – М. : Изд-во Моск. Гуманитарного университета: Флинта, 2010. – 240 с.
3. Пэйн, М. Социальная работа: современная теория / М.Пэйн. – М.: Издательский центр «Академия», 2007. – 400 с.
4. Плохова, И.А. Социальное проектирование: духовно-нравственный аспект / И.А. Плохова // Казанский педагогический журнал. – 2014. —Т. 106, № 5. — С. 178-183.

УДК 339.138

**Ш.А. Алхасов (Ульяновск, Ульяновский государственный
технический университет)**

НАУКА КАК СОЦИАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ: ЕЕ РОЛЬ В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ОБЩЕСТВА

Наука как сложное и многомерное явление представляет интерес для специальных исследований, образуя для них релевантную объектно-предметную сферу. Постановка вопроса о месте науки в современном обществе вызвана к жизни бесспорным воздействием научного знания на различные области жизнедеятельности человека. Само существование современного социума в значительной степени зависит от развития научного знания.

Различные типы изысканий известны с давних времен и в разных цивилизациях, но понятия «наука» и «ученый» прочно вошли в употребление в XVIII веке как альтернатива понятиям «натуральная философия» и «натурфилософ». Такая смена категорий оказалась возможной в результате научной революции, произошедшей в Западной Европе и обусловленной крупными социокультурными процессами той эпохи: протестантской Реформацией, которая поставила под вопрос основы средневекового мировоззрения; открытиями Коперника и Галилея, приведшими к отказу от астрономии Птолемея; существенным вкладом в науку медицины.

К XIX веку наука становится профессиональной, понятие «ученый» стало означать не просто образованного человека, а профессию устойчивой части специалистов. От развития науки начинают зависеть не только материальные условия существования общества, но и само представление о мире. В этом смысле существенно начинают различаться категории «наука» и «технология». Если наука может быть определена в качестве системы логических методов, посредством которых приобретает знание о мире, то технология представляет собой практическое применение этих знаний. Мощный толчок этой

конкретизации дала промышленная революция, в которой научное знание зависело от совершенства технологического процесса, но не совпадало полностью. Формирование технологий стимулировало развитие науки, а последняя, в свою очередь, создавала фундамент для новых технологий.

Наука длительное время существовала в форме занятий индивидуальных представителей интеллектуальной элиты, которые отличались широкой эрудицией и сферой познания. Стремительное развитие в XX веке научных отраслей привело к специализации и усложнению научного знания, что сделало необходимым вовлечение в процесс его разработки и применения значительных капитальных вложений и коллективных усилий. Это обстоятельство привело к возникновению крупных исследовательских центров, а потребность в эффективном обмене идеями – к возникновению неформальных сообществ ученых, работающих в одной или смежных областях. Наличие подобных неформальных форм организации позволяет отдельным ученым включаться в коллективную работу, быть в курсе развития научной мысли, ощущать новые тенденции.

В современной России стратегия научно-технологического развития рассматривается как ключевое условие и направление экономического роста. Это подразумевает необходимость воспроизводства научного знания и наукоемких технологий. Новые условия повышают актуальность изучения особенностей института науки и его отдельных компонентов. *В нашей работе* реализуется следующая *цель*: осуществить анализ социологических подходов к изучению содержательно-организационных форм научной деятельности и её места в жизни общества.

Возникновение сообществ ученых, осознание растущей роли и предназначения науки, увеличивающейся социальной значимости научного труда определяют необходимость в исследовании факторов, влияющих на деятельность ученых, на их взаимоотношения, на функционирование научных сообществ. С момента своего возникновения профессиональная наука развивалась и менялась, трансформировались и подходы к изучению науки. К. Маркс отводил науке роль главной производительной силы, которая создаст условия для всестороннего развития человеческой личности. Анализируя природу буржуазных социальных отношений, он делает важный вывод: «Только капиталистическое производство впервые превращает материальный процесс производства в применение науки к производству – в науку, внедренную в практику, – но только путем подчинения рабочего капиталу и путем подавления его собственного умственного и профессионального развития» [2; 559].

Одновременно К. Маркс вскрыл неоднозначный статус науки в буржуазном обществе: содействуя обогащению эксплуататорских

классов общества, укреплению экономического могущества и политической власти буржуазии, работники науки, при всех своих благих пожеланиях и раскаяниях, оказываются в антагонистических отношениях к трудящимся классам. «Наука выступает как чуждая, враждебная по отношению к труду и господствующая над ним сила...» [2; 555]. При этом наука не производит богатства в стоимостной форме; Маркс высмеивает «сикофанствующих мелких чиновников от политической экономии», которые стали считать своей обязанностью оправдывать любую сферу деятельности указанием на то, что она «связана» с производством материального богатства [2; 159].

К. Маркс защищал науку от чуждых ее духу и природе вмешательств извне, навязывания точек зрения, почерпнутых из иных сфер бытия, в первую очередь от различных бюрократических вмешательств. Он заложил основы союза между наукой и нравственностью, хотя и по сей день люди с буржуазным складом ума разрывают эти две сферы сознания. К. Маркс придерживался следующей формулы поведения в науке: «А у входа в науку, как и у входа в ад, должно быть выставлено требование: Здесь нужно, чтоб душа была тверда; здесь страх не должен подавать совета». Он резко критиковал ученых, шедших ради привилегированного положения в обществе на сделки с научной совестью, которые они совершали вопреки истине, в своекорыстных целях. Именно о таких людях Маркс писал: «Существует двоякого рода смелость: смелость превосходства и смелость умственного убожества, черпающая силу из своего официального положения, из сознания, что она пользуется в борьбе привилегированным оружием» [2; 322].

М. Вебер связал с наукой возможность новых горизонтов смыслополагания человеческой деятельности. Для М. Вебера несомненно, что занятие наукой является одним из проявлений социального действия. Со стороны субъективного смысла оно может обладать более сложной структурой, чем любой другой вид социального действия, и может быть связано с большими «рисками». «Только благодаря строгой специализации человеку, работающему в науке, может быть, один-единственный раз в жизни дано ощутить во всей полноте, что вот ему удалось нечто такое, что останется надолго. И поэтому кто не способен однажды надеть себе, так сказать, шоры на глаза и проникнуться мыслью, что вся его судьба зависит от того, правильно ли он делает это вот предположение в этом месте рукописи, тот пусть не касается науки. Он никогда не испытает того, что называют увлечением наукой... без этого человек не имеет призвания к науке, и пусть он занимается чем-нибудь другим. Ибо для человека не имеет никакой цены то, что он не может делать со страстью» [1; 708-709].

Строго в соответствии со своей концепцией социального действия (как субъективно осмысленного и ориентированного на других) Вебер

уподобляет научную деятельность другим видам человеческой деятельности. «Научный работник должен примириться с тем риском, которым сопровождается всякая научная работа: придет «вдохновение» или не придет? Можно быть превосходным работником и ни разу не сделать собственного важного открытия» [1; 710]. Вебер приходит к важному методологическому положению: научный прогресс является частью процессов интеллектуализации и рационализации, за которыми стоит совершенствование технических средств, при помощи точного расчета.

Выражением «личность в научной сфере» М. Вебер поставил важную для проблему – об общественном признании результатов научного труда. «В науке совершенно определено не является «личностью» тот, кто сам выходит на сцену как импресарио того дела, которому он должен был бы посвятить себя, кто хочет узаконить себя через «переживание» и спрашивает: как доказать, что я не только специалист, как показать, что я – по форме или по существу – говорю такое, чего еще никто не сказал так, как я, – явление, ставшее сегодня массовым, делающее все ничтожно мелким, унижающее того, кто задает подобный вопрос, не будучи в силах подняться до высоты и достоинства дела, которому он должен был бы служить и, значит, быть преданным только своей задаче» [1; 714].

Наука как организованная и согласованная деятельность людей в рамках научных сообществ, со всеми вытекающими проблемами и последствиями, становится предметом рассмотрения Р. Мертон. Он постоянно уделял внимание исследованию науки, осознанию ее практических возможностей и перспектив. Беспрецедентные финансовые вложения в науку второй половины XX века, казавшиеся залогом будущих успехов, привлекали внимание к проблемам ее развития, но вопрос о необходимости научно обоснованной политики в данной области не ставился. Р. Мертон создал целостную теоретическую схему рассмотрения науки как социального феномена, на основе которой стало возможно, во-первых, формулировать поддающиеся исследованию вопросы; во-вторых, устанавливать критерии оценки получаемых ответов. Он сформулировал научный этос – совокупность норм, действующих в научном сообществе, который представил основным механизмом производства достоверного знания. Сила, обеспечивающая движение этого механизма – институционально подкрепляемое стремление каждого ученого к профессиональному признанию [3; 770].

Наука, по мнению Р. Мертона, является некой эзотерической деятельностью, имеющей свой собственный внутренний контроль, которая может быть только разрушена попытками регулировать ее извне, но которая будет исправно производить объективное, и тем самым – практически эффективное знание, если ей предоставят

независимость и адекватную поддержку. Объективное знание описывалось накапливающимся в соответствии с внутренней логикой развития, способного замедляться или ускоряться (но не направляться) социальными влияниями. Такой «образ» науки не предполагал нужды в какой-либо определенной научной политике, кроме выделения максимальных финансовых ресурсов, а потому не стимулировал систематических профессиональных исследований науки как объекта социального управления.

Р.Мертон стал основоположником «институциональной» социологии науки. Любой социальный институт – это специфическая система ценностей и норм поведения. Мертоновская нормативная социология науки актуальна для изучения механизма воспроизводства научного знания в коллективах ученых. Императив коллективизма имеет явно директивный характер, предписывая ученому незамедлительно передавать плоды своих трудов в общее пользование. Научные открытия являются продуктом социального сотрудничества и принадлежат сообществу. В XXI столетии окончательно закрепились определяющая роль науки и технологий в жизни общества. Специализация научного труда объективно обусловила необходимость его кооперации, в пределах которой научный дискурс всегда сопровождается социальной интерпретацией значимости научных результатов.

Итак, анализ науки как социального явления позволил нам прийти к следующим выводам. Современная специализированная наука включена во многие аспекты функционирования общества. Это напрямую ставит вопрос о координации специализированных исследований, о создании крупных исследовательских центров, об эффективном обмене идеями, информацией, в том числе о создании неформальных сообществ ученых.

Ответ на вопрос, какое место наука занимает в системе человеческой деятельности, сопряжен со следующими положениями М. Вебера :1. Научный прогресс является важнейшей частью процессов интеллектуализации и рационализации; он ведёт к тому, что люди верят в решение социальных проблем в контексте использования технических средств и научных открытий. 2. У человека, живущего в эпоху господства науки и научного знания, включенного в цивилизацию, постоянно обогащающуюся новыми идеями, знанием, никогда не наступает пресыщения жизнью.

Список литературы

1. Вебер, М. Избранные произведения / М.Вебер. – М. : Прогресс, 1990. – 808 с.
2. Маркс ,К., Энгельс Ф., Сочинения. – М., 1984. Т. 47. – 660 с.

3. Мертон ,Р. К. Социальная теория и социальная структура / Р.К. Мертон. – М. : АСТ, 2006. – 873 с.

СОДЕРЖАНИЕ

Часть 1. НАУЧНЫЕ РАБОТНИКИ, ПРЕПОДАВАТЕЛИ, ПРАКТИКИ О ВЫЗОВАХ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА.....	3
<i>Раздел 1. Гражданское общество как пространство интеграции социальных групп и слоев, роль PR-коммуникаций</i>	<i>3</i>
О.В. Шиняева (Ульяновск) ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА.....	3
Т.А. Рассадина (Ульяновск) НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ЗНАНИЯ КАК ОСНОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ	10
Н.В. Дергунова (Ульяновск) АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БИЗНЕСА, ОБЩЕСТВА И ВЛАСТИ	16
Н.Р.Ганиев (Уфа) ФАЛЬСИФИКАЦИЯ РОССИЙСКОЙ ИСТОРИИ В УСЛОВИЯХ ОБОСТРЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ОБСТАНОВКИ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ДУХОВНОГО ВАНДАЛИЗМА.....	22
В.И. Огородник, И.С. Огородник (Донецк) МИФЫ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА	24
В.Н.Сафонов (Ульяновск) ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ И НА ЗАПАДЕ.....	29
Г.П. Пирожков (Тамбов) СЛОВО О КОММУНИКАЦИИ (о логомахии и логократии)	34
И.А. Зосименко, И.И. Ахмедова (Ульяновск) ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО: ПОЛИТИКО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ	37
Ш.М. Хаутиев (Ульяновск) СОВРЕМЕННЫЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ РЕЖИМ: НА ПУТИ К ПРИНУДИТЕЛЬНОЙ КОНСОЛИДАЦИИ	46
И.П. Вязьмитинова (Ульяновск) ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО И ФАКТОРЫ ЕГО УНИЧТОЖЕНИЯ: СОВЕТСКИЙ ОПЫТ 20-Х – 30-Х ГОДОВ.....	49
Д.Е. Краснянский (Москва) ГЕНЕЗИС ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА	53

К.Семенова, Ю.Б. Шагбанова (Казань) СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В РАЗВИТИИ ТВОРЧЕСКИХ МОЛОДЕЖНЫХ ИНИЦИАТИВ КАК СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА	59
М.М. Польшкова (Тольятти) ТЕРРОРИЗМ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА В КОНТЕКСТЕ МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ОПЫТ	61
О.В. Цветкова (Ульяновск) МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫЕ ОТНОШЕНИЯ НА СЕВЕРНОМ КАВКАЗЕ В РАМКАХ СТАНОВЛЕНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА	67
Т. А. Федотова (Днепропетровск) ИССЛЕДОВАНИЕ ПОДХОДОВ К ПОЛИТИКЕ ЛИКВИДАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА НАСЕЛЕНИЯ.....	70
В.А. Кузнецов (Челябинск) СВОБОДА И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО: ИДЕАЛ И РЕАЛЬНОСТЬ.....	73
Ю.В. Ушкова (Ульяновск) КЛУБЫ МОЛОДЫХ СЕМЕЙ В КОНТЕКСТЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА	80
А.В.Ростова (Тольятти) ИННОВАЦИОННАЯ ОТКРЫТОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ САМАРСКОГО РЕГИОНА: К ПОСТАНОВКЕ ВОПРОСА	83
Д.Г. Мирзаханов (Махачкала), Д.П. Соснин (Ульяновск) МУСУЛЬМАНСКАЯ САМООРГАНИЗАЦИЯ В УЛЬЯНОВСКОМ РЕГИОНЕ КАК ЛОКАЛЬНЫЙ РАКУРС ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА: СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАЦИОННЫЙ АСПЕКТ	86
В.А Кашлякова (Севастополь) НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ЖУРНАЛИСТОВ В «ГОРЯЧИХ ТОЧКАХ	91
А.В. Ерохин, Л.Н. Ерохина (Ижевск) ИНТЕРНЕТ В РОССИЙСКОЙ ПРОВИНЦИИ: ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ.....	94
Димитричева О.И. (Нижний Новгород) АКТИВНАЯ ГРАЖДАНСКАЯ ПОЗИЦИЯ ИНТЕЛЛИГЕНЦИИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ НОВОГО ОБЩЕСТВА	100
Н.Е. Белова (Арзамас) ПОЛИТИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА И ГОСУДАРСТВА	105
О.Р. Чугрина, О.А. Денисенко (Донецк) ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ МОЛОДЕЖИ КАК СУБЪЕКТА ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА.....	109

Е. И. Репина (Ульяновск) О РАЦИОНАЛИЗАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ МОЛОДЕЖИ.....	115
Т.В. Ключева (Ульяновск) МОДЕРНИЗАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ИНТЕЛЛИГЕНЦИИ РЕГИОНА.....	120
Е.В. Щанина (Пенза) СОЦИАЛЬНОЕ САМОЧУВСТВИЕ И ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ	125
А.Р. Сафиуллин (Ульяновск) СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УГРОЗЫ РАЗВИТИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ.....	131
Т.В. Ключева, О.В. Шиняева (Ульяновск) ДОСТУПНОСТЬ ЖИЛЬЯ КАК КРИТЕРИЙ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА.....	135
Раздел 2. Роль гражданских объединений в решении проблем российского общества	137
Е.М. Шпоркина (Ульяновск) СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ: ТЕНДЕНЦИИ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ СЕКТОРА.....	137
О.Н. Ермолаева (Ульяновск) АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ.....	141
С.В. Королев (Ижевск) СОВРЕМЕННОЕ ТРЕЗВЕННИЧЕСКОЕ ДВИЖЕНИЕ В УДМУРТИИ КАК ФОРМА ГРАЖДАНСКОЙ АКТИВНОСТИ	147
М.И.Кадничанская, Е.П.Галкина (Ульяновск) ПАТРИОТИЗМ КАК ЭЛЕМЕНТ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ОТНОШЕНИЯ К ИСТОРИЧЕСКОМУ ПРОШЛОМУ	153
Л.В. Колпина , О.И. Артеменко (Белгород) СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОГО ОТЕЧЕСТВЕННО ПАТРИОТИЗМА И ПЕРСПЕКТИВЫ СТАНОВЛЕНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ.....	159
А.И.Филиппов (Донецк) ИДЕИ ПАТРИОТИЗМА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ.....	164

А.А. Исаев (Уфа) ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ С РУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКОВЬЮ КАК ОРГАНИЗАЦИЕЙ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА	171
И.В. Сабирзянова (Донецк) ДОВЕРИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА.....	177
Е. В. Желнина (Тольятти) СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ ИННОВАЦИИ В СТРУКТУРЕ ФЕНОМЕНА ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ	182
А.О. Чамчиян (Ульяновск) ГЛОБАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ СОВРЕМЕННОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И ЕГО РОЛЬ В СТАНОВЛЕНИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА	186
А.А.Былинская (Нижний Новгород) РОЛЬ ПРОФСОЮЗОВ В СТАНОВЛЕНИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ.....	190
Д.С.Артамонов (Саратов) КРАУДСОРСИНГ В РАБОТЕ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА.....	195
Л.Ф. Каримова (Пенза) МАТЕРИАЛЬНОЕ БЛАГОСОСТОЯНИЕ НАСЕЛЕНИЯ КАК ФАКТОР КОНСОЛИДАЦИИ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА.....	200
Л.Т. Толубаева (Пенза) ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ НА КОНСОЛИДАЦИЮ НАСЕЛЕНИЯ ПОЛИЭТНИЧЕСКИХ РЕГИОНОВ ПОВОЛЖЬЯ (ПО ИТОГАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)	204
О.В. Полетаева (Ульяновск) ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ КАК УСЛОВИЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ УДАЛЕННЫХ НАЕМНЫХ РАБОТНИКОВ.....	209
Н.М. Галимуллина (Казань) PR-ИНСТРУМЕНТЫ В ПРИВЛЕЧЕНИИ ВНИМАНИЯ К ПРОБЛЕМАМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ.....	213
Г.Н. Москалевич (Минск) ФОРМИРОВАНИЕ КУЛЬТУРЫ МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ У СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ	218
Л.В. Мухамедьярова, Э.Д. Хафизов (Уфа) ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО В ПРОТИВОДЕЙСТВИИ И БОРЬБЕ С КОРРУПЦИЕЙ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ	224

А.К. Тчапе (Ульяновск) АДАПТАЦИЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ В ПРОЦЕССЕ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ	229
С.В. Лысенко (Тольятти) РЕАЛИЗАЦИЯ СТРУКТУРНОЙ МОДЕЛИ СОЦИАЛЬНОГО РЕСУРСА МОЛОДЕЖИ КАК ВАЖНЕЙШАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА.....	233
Раздел 3. Влияние волонтерства и СМИ на формирование социальной базы гражданского общества	236
И.Ю.Савельева (Санкт-Петербург) КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО В КОНТЕКСТЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ	236
С.А. Водяха (Екатеринбург) ЧЕРТЫ ЛИЧНОСТИ, ДЕТЕРМИНИРУЮЩИЕ ВОЛОНТЕРСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ..	241
Г.П. Пирожков, В.В. Красников, И.Г. Пирожкова (Тамбов) ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО (ВОЛОНТЕРСТВО) КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА.....	246
А.А. Ароянц, М.М. Мовсисян (Краснодар) РОЛЬ ВОЛОНТЕРСТВА В ФОРМИРОВАНИИ И РАЗВИТИИ ОБЩЕСТВА: ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОСТЬ	251
Ч. И. Ильдарханова (Казань) АНИМАТОРСТВО КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ ЛОКАЛЬНЫХ (СЕЛЬСКИХ) СООБЩЕСТВ.....	256
В.А. Чернов (Ульяновск) СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ИХ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ПАТРИОТИЧЕСКИЕ НАСТРОЕНИЯ РОССИЯН В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ	262
С.С. Дударев (Ульяновск) СТАНОВЛЕНИЕ СОВЕТСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ КАК УСЛОВИЕ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ	268
А.М. Булынин (Ульяновск) ФОРМИРОВАНИЕ У БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ЦЕННОСТЕЙ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В УСЛОВИЯХ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	272

**Раздел 4. Экология и сохранение здоровья населения
как проблемы функционирования гражданского общества 277**

В.И. Мосин (Тула)
РОЛЬ ГРАЖДАНСКИХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ
ПОЛИТИКЕ ТУЛЬСКОГО КРАЯ 277

И.Г. Гоношилина (Ульяновск)
ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ КАК СУБЪЕКТ
ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА РЕГИОНА..... 282

Т.Н.Иванова, М.Н.Иванов (Тольятти)
ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА КАК УРОВНЕВОЕ
ПОНЯТИЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА..... 287

И. А. Манахова (Ульяновск)
ИМИДЖ СЕМЬИ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ..... 294

**ЧАСТЬ 2. ОТВЕТЫ МОЛОДЕЖИ НА ВЫЗОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ
ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА 302**

**Раздел 1. Гражданское общество как пространство
интеграции социальных групп, объединений и ассоциаций 302**

И.Н. Валитов, И.Г. Гоношилина (Ульяновск)
ДИАЛОГ НАСЕЛЕНИЯ И ОРГАНОВ ВЛАСТИ В СОВРЕМЕННОМ
ГРАЖДАНСКОМ ОБЩЕСТВЕ 302

А.М.Анисимова, О.В. Шиняева (Ульяновск)
ЦЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ
И ИХ СООТВЕТСТВИЕ ПРИОРИТЕТАМ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА 304

Ю.О. Конова, О.В. Шиняева (Ульяновск)
РОЛЬ PR – ТЕХНОЛОГИЙ В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ
ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА..... 307

А.М. Павлова, О.В. Шиняева (Ульяновск)
PR-КОММУНИКАЦИИ ТЕАТРА В КОНТЕКСТЕ ФОРМИРОВАНИЯ
СОЦИАЛЬНОГО ОПТИМИЗМА НАСЕЛЕНИЯ 311

У. М. Козлова (Ульяновск)
ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА
ФОРМИРОВАНИЕ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА
СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ..... 314

Л.Г. Идиятуллова, О.В. Шиняева (Ульяновск) ОТНОШЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ И ГИБДД: КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ	319
В.В. Михайлова, И.Г. Гоношилина (Ульяновск) ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА УМВД РОССИИ ПО УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА	318
И.Ю. Давыдов, И.Г. Гоношилина (Ульяновск) СТРАТИФИКАЦИЯ И СОЦИАЛЬНОЕ НЕРАВЕНСТВО НАСЕЛЕНИЯ КАК ФАКТОРЫ РИСКА В РАЗВИТИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА	321
С.И. Садовников, Т.В. Ключева (Ульяновск) КОНКУРЕНЦИЯ КАК УСЛОВИЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ДОСУГОВОГО ПИТАНИЯ Г. УЛЬЯНОВСКА)	324
М.И. Корнилова (Ульяновск) ВОСПИТАНИЕ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА.....	328
А.Э. Исакова, Т.В. Ключева (Ульяновск) РЕГИОНАЛЬНЫЙ БРЕНД КАК СРЕДСТВО СОЦИАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ	329
Д.С. Шарпетко, О.В. Шиняева (Ульяновск) ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ РОССИЯН О СПОРТЕ: ЭФФЕКТИВНЫЕ СПОСОБЫ ДОСТИЖЕНИЯ УСПЕХА.....	332
Муратов А. П. (Ульяновск) ФОРМЫ РАБОТЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПАРТИИ «ЕДИНАЯ РОССИЯ» С ИНСТИТУТАМИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА (НА ПРИМЕРЕ РАБОТЫ СО СТОРОННИКАМИ ПАРТИИ).....	335
А.К. Полин (Ульяновск) ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ВЛАСТИ С ОБЪЕДИНЕНИЯМИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ.....	338
М.А. Адыширинов (Ульяновск) РОЛЬ ОППОЗИЦИИ В РАЗВИТИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА	341
В. Н. Романова, В.А. Чернов (Ульяновск) ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ КАК УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА	344
Л. В. Сидорова, О.В. Шиняева (Ульяновск) ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ О КАЧЕСТВЕ УСЛУГ УЧРЕЖДЕНИЙ ПИТАНИЯ	347
А. В. Харьковская (Казань) КОНЦЕПЦИЯ ПУБЛИЧНОЙ СОЦИОЛОГИИ И ОБЩЕСТВЕННОЙ МИССИИ УЧЕНОГО.....	351

Э.Р. Налимова (Казань) ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО И МОЛОДЕЖЬ	353
О.Э. Батина (Тольятти) УРОВЕНЬ ЭТНИЧЕСКОЙ ТОЛЕРАНТНОСТИ ЖИТЕЛЕЙ КРУПНОГО ГОРОДА (НА ПРИМЕРЕ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В ТОЛЬЯТТИ	355
Н. Г. Каримова (Казань). ПАССИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ ГРАЖДАН КАК НЕДОСТАТОЧНЫЙ РЕСУРС ДЛЯ ПОЯВЛЕНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА	358
Раздел 2. Роль гражданских объединений в решении проблем общества	360
Д.А. Абрамова, О.В. Шиняева (Ульяновск) ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА НА РАЗВИТИЕ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ	360
С. Н. Азадова, О.В. Шиняева (Ульяновск) КЛУБЫ ЛЮБИТЕЛЕЙ КИНО КАК ФОРМА ГРАЖДАНСКИХ ОБЪЕДИНЕНИЙ	363
М.Н. Толубаева, О.В. Шиняева (Ульяновск) ФОРМЫ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ РОССИЙСКИХ СЕМЕЙ В КОНТЕКСТЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА	366
В. Н. Романова, О.В. Шиняева (Ульяновск) УЧАСТИЕ ВОЛОНТЕРОВ В ОРГАНИЗАЦИИ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ	369
Е.А. Жукова, О.В. Шиняева (Ульяновск) РОЛЬ СТУДЕНЧЕСКОЙ ОБЩЕСТВЕННОСТИ В РЕАЛИЗАЦИИ МИССИИ УНИВЕРСИТЕТА	372
И.Г. Гоношилина, Р.Р. Сакаева (Ульяновск) МЕСТО И РОЛЬ ВОЛОНТЕРСТВА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ	374
А.И.Гимранова(Ульяновск) СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ ЖЕНЩИНЫ-ЛИДЕРА НКО	377
Л.Н. Рахимова (Ульяновск) РОЛЬ ОБЩЕРОССИЙСКОГО НАРОДНОГО ФРОНТА В РЕАЛИЗАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА «ОБ ОСНОВАХ ОБЩЕСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ В РФ	379
А.А. Облезин (Ульяновск) ОБЩЕСТВЕННАЯ ПАЛАТА УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ИНСТИТУТ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА	382

К.В. Дорофеев (Ульяновск) ОБЩЕСТВЕННЫЕ СОВЕТЫ ПРИ ИСПОЛНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНАХ ВЛАСТИ. РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ	385
Д.С.Митрофанов, О.В. Шиняева (Ульяновск) ИНИЦИАТИВЫ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ В КОНТЕКСТЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЫБОРА	387
А.В. Селивёрстов, О.В. Шиняева (Ульяновск) ИНИЦИАТИВЫ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ В ХОДЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ	390
А.А. Пиманчикова, И.А. Манахова (Ульяновск) ШКОЛЬНОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ (НА ПРИМЕРЕ 52 ШКОЛЫ Г.УЛЬЯНОВСКА)	393
В.В. Латышев, О.В. Шиняева (Ульяновск) PR-ТЕХНОЛОГИИ В КОНТЕКСТЕ РАСШИРЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ БАЗЫ ПУБЛИЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ	396
В.В. Новичков, О.В. Шиняева (Ульяновск) ГОТОВНОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОЙ ОБЩЕСТВЕННОСТИ К ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ КОММУНИКАЦИЯМ С ВУЗОМ	399
А. И. Ключова, И.А. Манахова (Ульяновск) РЕГИОНАЛЬНОЕ ДОБРОВОЛЬЧЕСКОЕ ДВИЖЕНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА: ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ	402
А.Э. Исакова, О.В. Шиняева (Ульяновск) ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАК ФАКТОР ИНТЕГРАЦИИ СУБЪЕКТОВ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА	405
Н.И.Левахина, О.В. Шиняева (Ульяновск) ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ПУБЛИЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ЧЕРЕЗ ФОТОРЕПОРТАЖ: МНЕНИЕ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ	408
С.И. Садовников, О.В. Шиняева (Ульяновск) ДИАЛОГ СУБЪЕКТОВ РЫНКА ДОСУГОВОГО ПИТАНИЯ: КРЕАТИВНЫЕ ФОРМЫ КОММУНИКАЦИЙ.....	411
Н.Ю. Махновецкая (Пермь) СОЦИАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ КАК НЕОБХОДИМЫЙ РЕСУРС ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА.....	415
Д.Р.Ишкильдина (Уфа) СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ МОЛОДЕЖНОГО ДВИЖЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАНА	416
К.С.Воротникова (Екатеринбург) ВОЛОНТЕРСКАЯ АКТИВНОСТЬ СТУДЕНТОВ УРАЛЬСКОГО ГАУ В РЕАЛИЗАЦИИ ПОЗИТИВНОЙ НАУЧНОЙ ПОЛИТИКИ ВУЗА	419

Я. О. Люкина (Казань) ТОС КАК ЭЛЕМЕНТ В ОСНОВЕ РАЗВИТИЯ ПРИНЦИПОВ ПРОЯВЛЕНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	422
Раздел 3. Теоретические и прикладные аспекты изучения гражданского общества. Роль PR-коммуникаций в выстраивании диалога гражданского общества и власти.....	425
А.Р. Гисметуллин (Ульяновск) ВЛИЯНИЕ ВОЛОНТЕРСТВА НА ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ БАЗЫ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА.....	425
М.В. Ефимова (Ульяновск) ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И НКО КАК ФАКТОР ДОВЕРИЯ	428
С. И. Кутушева (Ульяновск). ФОРМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПАРЛАМЕНТА И ИНСТИТУТОВ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ	431
Н.И.Левахина (Ульяновск) ВИЗУАЛЬНЫЕ PR-КОММУНИКАЦИИ В ДИАЛОГЕ ВУЗА СО ШКОЛЬНИКАМИ	435
Т.В. Березенко, О.В. Шиняева (Ульяновск) РОЛЬ ЗРЕЛИЩНЫХ ИСКУССТВ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ МОЛОДЕЖИ	438
Д.А. Николаева, О.В. Шиняева (Ульяновск) СМИ КАК ФАКТОР ВЫБОРА ШКОЛЬНИКАМИ БУДУЩЕЙ ПРОФЕССИИ	441
Е.В. Рожнова, О.В. Шиняева (Ульяновск) ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ О РОССИИ И РОССИЯНАХ.....	443
И.Д. Савина, О.В. Шиняева (Ульяновск) ЗЕМЛЯЧЕСТВА ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ КАК ФАКТОР, ВЛИЯЮЩИЙ НА АДАПТАЦИЮ В РОССИЙСКИХ ВУЗАХ.....	446
Р. Р. Хисамутдинова О.В. Шиняева (Ульяновск) ФОРМИРОВАНИЕ ГРАЖДАНСКИХ ЦЕННОСТЕЙ МОЛОДЕЖИ ПОСРЕДСТВОМ КИНЕМАТОГРАФА.....	449
Е.К Шехирева., О.В. Шиняева (Ульяновск) ОТРАЖЕНИЕ ИДЕЙ ПАТРИОТИЗМА В РОССИЙСКИХ ФИЛЬМАХ.....	452
В.И. Пигалов (Ульяновск) РОЛЬ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ	454

Л.В. Сидорова, Т.В. Ключева (Ульяновск) РОЛЬ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЙ ДОСУГОВОГО ПИТАНИЯ	457
Процюк А.В (Ульяновск) ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВИДЕО-РЕКЛАМЫ В ОЦЕНКАХ МОЛОДЕЖИ	460
Т.С. Рыбышкова, О.В. Шиняева (Ульяновск) РОЛЬ ПУБЛИЧНЫХ БИБЛИОТЕК В ОРГАНИЗАЦИИ ПРОСВЕЩЕНИЯ И КОММУНИКАЦИЙ НАСЕЛЕНИЯ	462
Е. А. Илямакова, О.В. Шиняева (Ульяновск) ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СООБЩЕСТВА PR-СПЕЦИАЛИСТОВ В КОНТЕКСТЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ.....	465
А. Д. Кирменёва, О.В. Шиняева (Ульяновск) ДОВЕРИЕ НАСЕЛЕНИЯ К ПЕЧАТНОМУ ИЗДАНИЮ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В РЕГИОНЕ	468
Л.Г. Идиятуллова, И.Г. Гоношилина (Ульяновск) ОПЫТ КОММУНИКАЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРЕСС-СЛУЖБЫ С НАСЕЛЕНИЕМ	471
В.В. Михайлова, О.В. Шиняева (Ульяновск) ИМИДЖ ПОЛИЦИИ КАК ФАКТОР РЕЗУЛЬТАТИВНОГО ДИАЛОГА МЕЖДУ НАСЕЛЕНИЕМ И ОРГАНАМИ ВЛАСТИ.....	473
В.И. Пигалов, О.В. Шиняева (Ульяновск) МОТИВАЦИЯ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ: СТИМУЛЫ И БАРЬЕРЫ.....	476
А. М. Добрынина (Ульяновск) МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ ПО ВОПРОСАМ ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ.....	479
Н.Э. Тугушева (Саратов) ГЕНДЕРНАЯ АССИМЕТРИЯ В СТРУКТУРАХ ВЛАСТИ РФ: ПРОБЛЕМЫ ПОЛИТИКО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ.....	481
Ю.В. Баженова (Тольятти) ТРУДОВЫЕ СТРАТЕГИИ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА	485
В.И. Гутиков, Ф.А. Орлов (Севастополь) ПРОБЛЕМЫ СУВЕРЕНИТЕТА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ.....	487
О.Ю. Гапон (Севастополь) СМИ В КОНТЕКСТЕ СОБЫТИЙ, ПРОИСХОДЯЩИХ В СТРАНЕ И В МИРЕ	490

Э.М. Унайбекова. (Саратов) К ВОПРОСУ О ГУМАНИСТИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЯХ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ	494
А.В. Ягудина (Уфа) О СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММАХ, РЕАЛИЗУЕМЫХ АНК «БАШНЕФТЬ» СРЕДСТВАМИ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	497
К.А. Поспелова (Казань) СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ: ИНФОРМАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ	502
Р.А. Исмагилова (Казань) СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМА В РАБОТЕ С ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ: ПРОДВИЖЕНИЕ РАБОЧИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ	505
А.В. Арзина, Э.И. Гарайшина (Казань) ТРАНСФОРМАЦИЯ ПУБЛИЧНОЙ СФЕРЫ: КОНЦЕПЦИЯ Ю.ХАБЕРМАСА.	508
И.Г. Гоношилина, А.Д.Кирменева (Ульяновск) РОЛЬ ИМИДЖЕВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА (НА ПРИМЕРЕ МЕДИА-ХОЛДИНГА "МОЗАИКА")	510
Н.С. Плохова (Казань), И.А. Плохова (Ульяновск) ТЕХНОЛОГИИ РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ КАК ФОРМА РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА	513
Ш.А. Алхасов (Ульяновск) НАУКА КАК СОЦИАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ: ЕЕ РОЛЬ В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ОБЩЕСТВА	517

Научное электронное издание

Гражданское общество в России: вызовы современности

Сборник научных трудов

Отв. редактор О.В. Шиняева

ЭИ № 758. Объем данных 0,00 Мб.

Печатное издание

ЛР № 020640 от 22.10.97

Подписано в печать 29.08.2016. Формат 60x84/16.

Усл. печ.л. 31,16.

Тираж 150 экз. Заказ 867.

Ульяновский государственный технический университет
432027, Ульяновск, Северный Венец, 32.
ИПК «Венец» УлГТУ. 432027, Ульяновск, Северный Венец, 32.
Тел.: (8422) 778-113
E-mail: venec@ulstu.ru
<http://www.venec.ulstu.ru>