

УДК 316
ББК 60.5
DOI: 10.26907/2079-5912

Информационный научно-аналитический журнал
КАЗАНСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЙ ВЕСТНИК
#1 2023 (58)

Учредитель: ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»

Издательство: Издательство Казанского университета

ISSN 2079-5912

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ №ФС77-75726 от 08 мая 2019 г.

Журнал размещен в Научной электронной библиотеке (участвует в программе по формированию РИНЦ).

Подписной индекс в объединенном каталоге «Урал-пресс» № 11899.

Адрес в сети Интернет: www.kpfu.ru/isfnmk/kazanskij-socialno-gumanitarnyj-vestnik

Редакционная коллегия

Р.Г. Минзарипов (главный редактор) – д-р социол. наук, профессор

В.А. Беляев – д-р полит. наук, профессор

А.Г. Большаков – д-р полит. наук, профессор

А.Н. Ершов – д-р социол. наук, профессор

М.Ю. Ефлова – д-р социол. наук, профессор

Г.В. Морозова – д-р экон. наук, профессор

Ж.В. Савельева – д-р социол. наук, доцент

А.Р. Тузиков – д-р социол. наук, профессор

Ю.Р. Хайруллина – д-р социол. наук, профессор

Т.М. Шатунова – д-р филос. наук, профессор

М.Д. Щелкунов – д-р филос. наук, профессор

Howard Davis – PhD in Sociology, Professor at the Bangor University (United Kingdom)

Matsuzato Kimitaka – Doctor of Law, Professor at Hokkaido University (Japan)

Andrei P. Tsygankov – PhD in Political Science, Professor at San Francisco State University (USA)

Багрий Е.И., Грабельных Т.И., Мохрякова Е.А. ИДЕНТИФИКАЦИЯ КАК ОСНОВНОЙ СПОСОБ РАЗВИТИЯ БЛОГОСФЕРЫ В ПРОСТРАНСТВАХ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ МОЛОДЕЖИ В РОССИИ	4
Гимаев И.З. СЕМЕЙНО-БРАЧНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В СИСТЕМЕ МОРАЛЬНО-НРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ	10
Грабельных Т.И., Багрий Е.И., Мохрякова Е.А. ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОСТРАНСТВ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ МОЛОДЕЖИ В ЦИФРОВОМ ОБЩЕСТВЕ	16
Дырин С.П. КУЛЬТУРА МОЛОДЫХ ГОРОДОВ КАК РЕЗУЛЬТАТ ПОЛИКУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ)	21
Емелин Д.В., Шиняева О.В. СТУДЕНТЫ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КЛАССА В РОССИИ	25
Ефлова М.Ю., Виноградова Ю.В., Витушкин А.В. СОВРЕМЕННАЯ МОЛОДЕЖЬ КАК АКТОР КРЕАТИВНОГО КЛАССА	31
Кадырова Э.И. АДАПТАЦИЯ ПРИЕЗЖИХ СТУДЕНТОВ В РОССИЙСКИХ ВУЗАХ	36
Михайлова А.В., Савельева Ж.В. БЕЗОПАСНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ ОЦЕНКАХ МОЛОДЕЖИ ГОРОДА КАЗАНИ	41
Николаева Е.М., Камалеева А.М., Николаев М.С. ГИБРИДНАЯ СУБЪЕКТНОСТЬ: ИНТЕГРАЦИЯ ЕСТЕСТВЕННОГО И ИСКУССТВЕННОГО В СОВРЕМЕННОМ СОЦИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ	46
Нурутдинова А.Н., Пеунов Н.Ю. ВЛИЯНИЕ КИНЕМАТОГРАФА НА ОТНОШЕНИЕ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ К ПРЕДСТАВИТЕЛЯМ ЛГБТ-СООБЩЕСТВ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ДИСКУРС.....	51
Тюленев А.И., Хайруллина Ю.Р. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ: СТРУКТУРА, ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ (РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ)	58

Bagriy E.I., Grabelnykh T.I., Mohriakova E.A. IDENTIFICATION AS THE MAIN WAY OF DEVELOPING THE BLOGOSPHERE IN SELF-PRESENTATION SPACES OF YOUTH IN RUSSIA	4
Gimaev I.Z. FAMILY AND MARRIAGE RELATIONS IN THE SYSTEM OF MORAL AND ETHICAL VALUES OF YOUTH STUDENTS	10
Grabelnykh T.I., Bagriy E.I., Mohriakova E.A. TRANSFORMATION OF SELF-PRESENTATION SPACES OF YOUTH IN THE DIGITAL SOCIETY	16
Dyrin S.P. THE CULTURE OF YOUNG CITIES AS A RESULT OF MULTICULTURAL INTERACTION (ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF NABEREZHNYE CHELNY)	21
Emelin D.V., Schinyaeva O.V. STUDENTS OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS AS THE BASIS FOR THE FORMATION OF AN INTELLECTUAL CLASS IN RUSSIA.....	25
Eflova M.Yu., Vinogradova Yu.V., Vitushkin A.V. MODERN YOUTH AS ACTORS OF THE CREATIVE CLASS	31
Kadyrova E.I. ADAPTATION OF VISITING STUDENTS IN RUSSIAN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS.....	36
Mikhailova A.V., Saveleva Zh.V. SAFETY OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN SOCIAL ASSESSMENTS OF YOUTH OF KAZAN	41
Nikolaeva E.M., Kamaleeva A.M., Nikolaev M.S. HYBRID SUBJECTNESS: INTEGRATION OF THE NATURAL AND THE ARTIFICIAL IN THE MODERN SOCIO-TECHNICAL SPACE	46
Nurutdinova A.N., Peunov N.Yu. THE INFLUENCE OF CINEMA ON THE ATTITUDE OF RUSSIAN YOUTH TO REPRESENTATIVES OF LGBT COMMUNITIES: SOCIOLOGICAL DISCOURSE.....	51
Tyulenev A.I., Khayrullina Yu.R. CONSUMER OPPORTUNITIES OF THE POPULATION: STRUCTURE, STRUCTURE, DYNAMICS OF DEVELOPMENT (REGIONAL ASPECT)	58

ИДЕНТИФИКАЦИЯ КАК ОСНОВНОЙ СПОСОБ РАЗВИТИЯ БЛОГОСФЕРЫ В ПРОСТРАНСТВАХ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ МОЛОДЕЖИ В РОССИИ

DOI: 10.26907/2079-5912.2023.1.4-9

Аннотация. В статье рассматривается идентификация как основной способ развития блогосферы в пространствах самопрезентации молодежи в России. Блогосфера определена как вид социального пространства, представляющий целостный механизм идентификации и самопрезентации личности в нём. В работе охарактеризовано взаимодействие между сформированным в реальном мире «Я» образом и виртуальным образом. На основе проведённых исследований авторы делают вывод, что развитие сети Интернет оказывает значительное влияние на трансформацию стиля и образа жизни членов современного общества, идентификацию молодежи, что ведет к необходимости принятия мер для трансформации пространств блогосферы в безопасную для молодого поколения платформу.

Ключевые слова: идентификация, блогосфера, пространство самопрезентации, глобальная сеть Интернет, цифровое общество.

Во времена активной киберсоциализации идентификация молодежи происходит в социальном пространстве, частью которого является блогосфера. Блогосфера в цифровом обществе выступает коммуникативной средой, в которой происходит социализация, самопрезентация и социальная идентификация личности. Социологическая концепция развития блогосферы в пространствах самопрезентации молодежи недостаточно освещена в научной литературе. Между тем, рассмотрением основных проблем самопрезентации занимались в своё время такие авторы как И. Гофман, И. С. Кон, Д. Майерс, М. Снайдер, И. Джонс и Т. Питтман. Специфика социализации и самоопределения современного российского молодого поколения – предмет исследований Е. А. Гришиной, Ю. А. Зубок, Н. Л. Балич, О. Н. Козловой, В. Т. Лисовского, А. Е. Войскунский, Б. А. Ручкина и др. Другие исследователи настоящего времени, внесшие вклад в изучение темы – В. И. Чупров, И. П. Шкуратова, Е. М. Михайлова, О. Пикулева, Е. П. Белинская, О. А. Гримов, Е. Л. Доценко, Ю. М. Жуков, Н. А. Корягина и др. Вопросы самоидентификации и самопрезентации молодого поколения занимали важное место у отечественных и зарубежных исследователей.

Так, например, представители интеракционизма (У. Джемс, Г. Мид [1], Ч. Кули) рассматривали самопре-

зентацию через формирование образа «Я», который строится не только через восприятие самого себя посредством рефлексии, но и на основе восприятия реакций других людей. То есть социальные образы, которые демонстрируются в социальном пространстве, в том числе представление себя в более выгодном свете, зависят от взаимодействия с другими людьми и желания произвести на окружающих наилучшее впечатление.

Согласно когнитивной психологии у человека в процессе самопрезентации появляется рассогласование между собственными и чужими оценками себя. По мнению Ф. Хайндера [2] этот диссонанс будет устраняться за счет «стремления человека к упорядоченному и связанному пониманию его отношения к миру». Л. Фестингер таким приемом видит тщательный выбор партнеров по общению, отношения с которыми способствуют сохранению собственной самооценки [3].

В психологической науке существует ряд подходов, рассматривающих самопрезентацию как поведенческую реализацию мотивации. Так, Р. Аркин и А. Шутц [4] полагают, что с помощью самопрезентации человек стремится к достижению поставленных целей и избеганию неудач. М. Снайдер [5] рассматривал взаимосвязь имиджа человека и его истинного Я, говоря о том, что не каждый человек

может корректировать свой образ на людях для формирования положительного впечатления о себе. И. Гоффман [6] рассматривает самопрезентацию через призму ролевой теории, как процесс управления индивидом впечатлением о себе.

Особое место в современных исследованиях занимает изучение самопрезентации в виртуальном пространстве. Так, например, отечественными психологами А. Е. Жичкиной и Е. П. Белинской [7] было проведено исследование стратегии самопрезентации в Интернете и ее связь с реальной идентичностью. В результате данного исследования было выявлено, что между виртуальной самопрезентацией и реальной идентичностью существуют отношения взаимовлияния.

Учитывая высокую динамику трансформации социально-коммуникативных процессов, требуется более глубокое изучение современных пространств самопрезентации молодежи.

Понятие самопрезентации связано с процессом представления человеком собственного образа в социальном мире, направленного на создание у окружающих определенного впечатления о себе. В узком смысле самопрезентация может пониматься как управление впечатлением о себе. Пространства самопрезентации молодежи в данном аспекте могут трактоваться как вид социального пространства, где главное место отведено созданию определенного образа, впечатления о себе и способах управления данным образом непосредственно среди представителей молодого поколения.

В информационном обществе индивиду необходимо соответствовать вызовам постоянно трансформирующегося общества, а также приспосабливаться и самостоятельно предпринимать попытки к развитию. Виртуальные технологии изменяют образ жизни людей и оказывают влияние на процессы самопрезентации, идентичности и социализации личности. В этом смысле блогосфера представляется как вид социального пространства, определяющий механизм идентификации и самопрезентации личности в нём.

Процессы идентификации и самопрезентации личности в реальном и виртуальном пространстве отличаются. Кроме того, образ личности, созданный в реальном мире, может отличаться от того образа, который личность создает в пространстве виртуальном – альтернативные «Я-образы». Альтернативные идентичности в интернет пространстве формируются посредством самопрезентации личности, которая заключается в создании намеренного управляемого впечатления о себе. Фактически идентификация выступает одним из основных способов развития блогосферы в пространствах самопрезентации молодежи. Блогосфера дает возможности человеку сформировать аль-

тернативное улучшенное «Я» – изменить свою внешность, сферу интересов, предпочтения, хобби, социальный статус и проч. Потребность смены идентичности в блогосфере посредством самопрезентации может быть следствием как личностных, так и социальных причин.

При этом самопрезентация в блогосфере, как в пространстве, имеющим свои границы, правила и ограничения, происходит на основе анализа образа «идеального Я», создаваемого другими пользователями, и ответных реакций этих пользователей на формируемый образ. В процессе самопрезентации блогер, как правило, заинтересован в представлении себя с лучшей стороны и применяет на себя различные образы в зависимости от его оценки пользователями. Так, например, в качестве показателя оценки образа блогера может выступать количество и образ подписчиков, характер комментариев. То есть, между реальной идентичностью и процессом идентификации в блогосфере существует зависимость, при этом в виртуальной среде можно менять свою реальную идентичность посредством различных механизмов самопрезентации (аватарка, фото и видеоконтент, сторис, посты и проч.). Идентичность в блогосфере является достаточно динамичным явлением и может изменяться посредством выбора субъектом различных вариантов самопрезентации. Принимая во внимание, что блогосфера представляет собой сетевое информационное пространство, то ее развитие во многом определяется процессами идентификации, которую проходит каждый пользователь уже на этапе регистрации и авторизации в блоге.

О роли социальных сетей и блогосферы в современном информационном пространстве, в котором происходит самоидентификация молодежи, говорят результаты исследований, проведенные Всероссийским центром общественного мнения (ВЦИОМ). Данные опроса россиян, проведенного в 2021 году и посвященного популярности источников информации и использованию интернета показывают, что для 35-45 % молодежи главным источником новостей о событиях в России являются социальные сети и блоги в интернете. При этом наиболее популярными социальными сетями и мессенджерами являются соцсети и мессенджеры, имеющие наибольшую ежедневную аудиторию: WhatsApp (83%), YouTube (75%), «ВКонтакте» (61%), Instagram (53%) и Telegram (42%). Пользователи социальных сетей и мессенджеров используют их не только как средство коммуникации, в том числе формирования новых знакомств, но и как источник информации о политике, экономике, развлекательного и образовательного контента. Примечательно, что почти каждый третий россиянин (29 %) тратит на социальные сети и мессенджеры более трех часов в день. Среди молодежи от 18 до 24 лет этот показатель еще выше и составляет 72 %. Наибольшим инте-

ресом аудитории соцсетей и мессенджеров пользуется следующий контент: новости о событиях в стране и мире (49%), политика (42%), образование и саморазвитие (39%), юмор (37%), а также еда и рецепты (36%) [8].

Такое широкое распространение социальных сетей в повседневной жизни и реализация потребности через них в коммуникации, получении новостного, развлекательного и образовательного контента, говорит о том, что, с одной стороны, повседневная жизнь, в особенности молодежи, все больше смещается в виртуальное пространство, а с другой стороны – к активным блогерам предъявляются большие требования, как к условию привлечения аудитории. Процесс самопрезентации молодежи в социальных сетях становится двухсторонним: самопрезентация молодежи как блогера и потребителя контента.

В целях дополнительного анализа развития блогосферы и связанных с ней процессов идентификации на региональном уровне авторами в периоды с 14 октября по 15 ноября 2021 г. было проведено пилотажное онлайн исследование (анкетирование) на тему «Состояние и специфика развития блогосферы в пространствах самопрезентации молодежи в России (на примере Иркутской области)» методом стихийной выборки. В онлайн-опросе населения Иркутской области приняло участие 200 человек в возрасте от 18-ти лет и старше. Большую часть опрошенных составили молодые люди в возрасте от 18 лет до 25 лет (36,0 %). При описании результатов исследования представленные вопросы предполагали множественные ответы.

По результатам проведенного исследования, нами было выдвинуто предположение, что идентификация, учитывая её непосредственную связь с формируемым Я образом интернет-пользователя, оказывает заметное влияние на структуру блогосферы, которая включает в себя блоги, которые могут различаться по различным критериям. Данные проведенного онлайн-анкетирования населения показали, что наиболее яркими отличиями блогов друг от друга являются: статус блогеров – так считают 50 % респондентов, что составило 12,1 % от всех ответов; тематика блога – такого мнения придерживаются 47 % респондентов (доля ответов – 11,3 %) и масштаб аудитории – так считают 43 % респондентов (доля ответов – 10,4 %). Следует также отметить, что процентная разница между лидирующими вариантами ответов и такими, как: «в символах и событиях» (10,3 %), «в скорости реагирования на возникающие вызовы» (9,8 %), «в культуре блога» (9,8%), «в остроте обсуждаемых проблем» (9,7 %), «в языке блога» (9,5 %), «в идентификации участников» (9,2 %) – невелика. Самым непопулярным вариантом ответа оказался «в визуальном оформлении блога» – 5,8 %. Можно предположить, что статус блогера является важной категорией, по которой пользователи дифференцируют блоги. При этом, говоря о бло-

госфере, наиболее значимым является приобретенный (достижимый) статус, который формируется в процессе идентификации и самопрезентации блогера и является управляемой категорией.

Выбор тематики блога также является следствием идентификации, в процессе которого происходит определение принадлежности к тому или иному сообществу блогеров. Результаты проведенного онлайн-опроса населения дали возможность предположить, что наиболее популярными и интересными блогами сегодня, по мнению респондентов, являются личные блоги (11,9 % ответов, так считают 34,5 % респондентов), пранк-блоги (10,3 % ответов) и блоги о путешествиях (10,3 % ответов). Далее, исходя из ответов респондентов, следуют хэнд-мэйд блоги (10,2 %), челлендж блоги (10,5 %), игровые блоги (9,3 %), быти-блоги (9,1 %), скетч-блоги (8,1 %) и блоги о спорте (6,7 %). Вариант ответа «Всё вышеперечисленное» набрал 10,5 % и находится на втором месте – так считают 30,5 % респондентов.

Обнаружилось, что выбор тематики контента блога зависит от идентификации блогера и тех качеств, которые блогер воспроизводит в виртуальном пространстве, как пространстве самопрезентации. Популярность блога во многом зависит от Я личности блогера и того, как его медиаобраз воспринимается целевой аудиторией. По мнению респондентов, принимавших участие в опросе, блогер должен обладать следующими качествами: ораторские навыки и умение преподнести себя (7,9 % ответов), внимательность (в первую очередь к аудитории) (7,6 %), открытость (7,4 %), предприимчивость (7,1 %), наблюдательность (6,9 %), целеустремленность (6,8 %), самокритичность (6,4 %), желание развиваться внутренне, инициативность, способность творчески мыслить (6,3 %), экспрессивность (5,9 %), хорошая внешность (5,8 %). При этом, все вышеперечисленные качества важны для 44,5 % респондентов, этот вариант набрал 11,4 % в общей доле ответов. Каждый блогер, в зависимости от поставленных целей, сам выбирает актуальную для себя стратегию самопрезентации: кто-то привлекает аудиторию глубокими знаниями, кто-то привык эпатировать публику и хайповать.

Блогер, как часть реального и виртуального мира, может манипулировать своим Я и подстраивать его под интересы аудитории. По мнению большей части респондентов, блогер — это реальный человек и в то же время образ (47,5 %). Вторым по популярности ответом является «Блогер – это скорее образ, чем реальный человек» (33,0 %). То есть молодежь в большей степени подвержена влиянию блогосферы и склонна полагать, что созданный в виртуальном пространстве образ коррелируется с образом Я, сформированным в процессе социализации в реальном пространстве. Полученные результаты говорят о том, что идентификация блогера направлена на виртуальную

составляющую и его реальный Я образ зачастую отличается от его виртуальной Я личности. При этом, идентичность, сформированная в блогосфере, может быть перенесена в реальную социальную идентичность в случае её популярности у виртуальной аудитории.

Также исследования позволили предположить, что высокие требования предъявляются не только к качествам блогера, но и к наполнению самого блога. В эпоху цифровых технологий потребитель, имея доступ к неограниченному кругу информации, стал более избирателен. Проведенный онлайн-опрос населения подтвердил, что хороший блог, по мнению респондентов, должен быть понятным (13,8 %), в хорошем блоге должно быть показано много эмоций (11,4 %), хороший блог должен быть полезен каждому (10,5 %). Мнение о том, что в хорошем блоге должно быть много публикаций (10,2 %), хороший блог должен быть снят на хорошую технику (10,2 %), хороший блог должен быть ярким (9,7 %), хороший блог должен быть познавательным (8,7 %), исходя из ответов респондентов, является менее транслируемым. Однако самыми непопулярными вариантами ответа являются: «хороший блог всегда активно рекламируется (торпедированная реклама, реклама у известных людей и т.д.)» (5,9 %), «в хорошем блоге всегда большая активность (много лайков, репостов и комментариев)» (5,5 %), «хороший блог всегда популярен (большое количество подписчиков)» (2,6 %).

Проявилось, что в обобщенном виде блоги могут иметь образовательную, развлекательную, информационную направленность и именно от выбранной тематики блога во многом и зависят требования аудитории к наполнению блога. В образовательных и информационных блогах в основе лежат принципы понятности, полезности и высокого качества представления материала. В развлекательных блогах важна эмоциональная связь блогера с аудиторией, при этом основными потребителями данного вида медиаконтента являются представители молодежи.

Современные исследования свидетельствуют, что блогосфера оказывает сильное влияние на формирование личности, особенно на современную молодежь, принимая во внимание несформированность ее духовных, ценностных и нравственных ориентиров. Проведенное нами онлайн анкетирование также подтверждает, что блогосфера оказывает и позитивное, и негативное влияние на формирование личности молодежи (69,0 %). Вторым по популярности ответом является «Скорее негативное, чем позитивное» (23,5 %).

Блогеры, активно используя различные стратегии самопрезентации и воздействия на аудиторию, сегодня являются новыми лидерами мнений для молодежи, манипулируя сознанием этой социально-демографической группы. Тот информационный контент, который предоставляют бло-

геры, не является экспертным и не подвергается никакой цензуре. Блогеры выражают субъективное мнение на различные темы, а их популярность и высокая степень доверия среди молодежи основана на умении держать постоянную обратную связь с аудиторией, что дает возможность формировать чувство сопричастности. Влияние на молодежь может быть как положительным, так и отрицательным. Блогеры, при отсутствии ответственности за транслируемую информацию, могут распространять образцы девиантного поведения, побуждая молодежь к аморальным поступкам. В то же время блогер может транслировать качественную информацию, нести образовательно-просветительскую и духовно-патриотическую функцию. То, какое влияние блог оказывает на молодежь, также зависит от идентификации блогера в пространстве самопрезентации.

Технология идентификации призвана выступить одним из внутренних факторов развития блогосферы в пространствах самопрезентации молодежи в России. Такую гипотезу дает возможность выдвинуть проведенное нами исследование. При этом перспективы идентификации молодежи в пространствах блогосферы в настоящее время респонденты связывают со следующими явлениями: «усиление формирования идентификации молодежи по неформальному признаку» (13,4 %); «усиление формирования идентификации молодежи по образовательному признаку» (11,4 %), «усиление формирования идентификации молодежи по признаку общественного участия» (11,0 %), «всё вышеперечисленное» (10,2 %) и др.

Учитывая, что блогосфера усиливает свою роль в процессах идентификации и самопрезентации молодежи, эта сфера нуждается в совершенствовании и контроле со стороны органов власти. Нельзя не согласиться, что сегодня активно идут процессы профессионализации этого нового вида медиа, в котором идентификация и самопрезентация профессиональных блогеров носит целенаправленный характер. Однако эти же процессы для обычного пользователя не носят такого структурированного характера и формируются под влиянием профессиональных блогеров как новых лидеров мнений. Именно в целях избегания деструктивного влияния на процессы идентификации молодежи необходимо разработать прозрачную систему государственного контроля и регулирования деятельности в пространствах глобальной сети «Интернет» и непосредственно регулировать деятельность блогеров на законодательном уровне.

Принимая во внимание, что сформированный в реальном мире Я образ тесно связан, но не всегда соответствует сформированному в блогосфере виртуальному образу, а виртуальный Я образ, в случае его признания, может быть перенесен в реальную действительность, важным пред-

ставляется необходимость разработки модели цифрового поведения молодежи, которая позволит выявить потребности и возможности развития в пространствах блогосферы, и которая позволит прогнозировать возможные варианты развития общества в виртуальном пространстве в рамках современных социальных вызовов и угроз.

В заключение отметим, что развитие сети Интернет оказывает значительное влияние на трансформацию стиля и образа жизни членов современного общества. Гло-

бальное распространение и популяризация блогосферы требует принятия мер для трансформации пространств блогосферы в безопасную для молодого поколения платформу, уменьшения количества потенциально опасной для детского возраста информации. Данные меры позволят вводить различного рода практики по развитию навыка самопрезентации с более раннего возраста, что положительно отразится на процессе социализации молодежи.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Мид Дж. Избр. соч. М.: ИНИОН РАН, 2009.
2. Heider F. The Psychology of Interpersonal Relations. N. Y., 1958.
3. Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса / пер с англ. СПб.: Речь, 2000.
4. Arkin R. M. Self-Presentation styles // Impression Management theory and socialpsychological research. N. Y.: Academic Press, 1981. P. 311—333.
5. Snyder M. Self-monitoring of expressive behavior // J. of personality and social psychology. 1974. №. 30. P. 526–537.
6. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / Ирвинг Гофман: пер с англ. А.Д. Ковалёва: Ин-т социологии РАН. М.: Канон-пресс-Ц; Кучково-поле, 2000. 302 с.
7. Белинская Е. П., Жичкина А. Е. Самопрезентация в виртуальной коммуникации и особенности идентичности подростков-пользователей Интернета/ Образование и информационная культура: Социологические аспекты. Труды по социологии образования. Том V. Выпуск VII / Под редакцией Собкина В.С. М.: Центр социологии образования РАО, 2000. С. 431-460.
8. Всероссийский центр изучения общественного мнения «ВЦИОМ» [Электронный ресурс]. – URL: <http://wciom.ru/> (дата обращения: 15.02.2023).

Информация об авторах

Багрий Екатерина Ивановна, старший преподаватель, Иркутский государственный университет, Институт социальных наук, кафедра социальной философии и социологии, кандидат социологических наук.

E-mail: ekaterina.bagriy@yandex.ru

Грабельных Татьяна Ивановна, заведующая кафедрой, Иркутский государственный университет, Институт социальных наук, кафедра социальной философии и социологии, доктор социологических наук, профессор.

E-mail: tagr@bk.ru

Мохрякова Евгения Александровна, выпускница Института социальных наук Иркутского государственного университета по направлению «Социология».

E-mail: mohryakova99@mail.ru

Bagriy E.I., Grabelnykh T.I., Mohriakova E.A.

IDENTIFICATION AS THE MAIN WAY OF DEVELOPING THE BLOGOSPHERE IN SELF-PRESENTATION SPACES OF YOUTH IN RUSSIA

Abstract. The article considers identification as the main way to develop the blogosphere in self-presentation spaces of young people in Russia. The blogosphere is presented as a type of social space that determines the mechanism of identification and self-presentation of a person in it. The work characterizes the interaction between the image formed in the real world "I" and the virtual image. Based on the research, the authors conclude that the development of the Internet has a significant impact on the transformation of the style and lifestyle of members of modern society, has an increasing impact on the identification of young people, which leads to the need to take measures to transform the spaces of the blogosphere into a safe platform for the younger generation.

Keywords: identification, blogosphere, space of self-presentation, global network Internet, digital society.

Literature

1. Mead J. Select. op. Moscow: INION RAS, 2009.
2. Heider F. The Psychology of Interpersonal Relations. N.Y., 1958.
3. Festinger L. Theory of cognitive dissonance / translated from English. St. Petersburg: Rech, 2000.
4. Arkin R. M. Self-Presentation styles // Impression Management theory and socialpsychological research. N. Y.: Academic Press, 1981. P. 311–333.
5. Snyder M. Self-monitoring of expressive behavior // J. of personality and social psychology. 1974. №. 30. P. 526–537.
6. Hoffman I. Presenting oneself to others in everyday life / Irving Hoffman: Translated from English. A.D. Kovaleva: Institute of Sociology RAS. M.: Kanon-press-Ts: Kuchkovo-pole, 2000. – 302 p.
7. Belinskaya E. P., Zhichkina A. E. Self-presentation in virtual communication and identity features of adolescent Internet users / Education and information culture: Sociological aspects. Proceedings on the sociology of education. Volume V. Issue VII / Edited by V.S. Sobkin. M.: Center for the Sociology of Education of the Russian Academy of Education, 2000. P. 431-460.
8. All-Russian Center for the Study of Public Opinion "VCIOM" [Electronic resource]. – URL: <http://wciom.ru/> (date of access: 31.01.2023).

Authors

Bagriy Ekaterina Ivanovna, Senior Lecturer, Irkutsk State University, Institute of Social Sciences, Department of Social Philosophy and Sociology, Candidate of Sociology.

E-mail: ekaterina.bagriy@yandex.ru

Gabelnykh Tatiana Ivanovna, Head of the Department, Irkutsk State University, Institute of Social Sciences, Department of Social Philosophy and Sociology, Doctor of Sociology, Professor.

E-mail: tagr@bk.ru

Mokhryakova Evgenia Aleksandrovna, Graduate of the Institute of Social Sciences of the Irkutsk State University with a degree in Sociology.

E-mail: mokhryakova99@mail.ru

СЕМЕЙНО-БРАЧНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В СИСТЕМЕ МОРАЛЬНО-НРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

DOI: 10.26907/2079-5912.2023.1.10-15

Аннотация. В статье рассматривается отношение студенческой молодежи к вопросам семьи и брака, место семейно-брачных отношений в системе морально нравственных ценностей молодежи. На основе научно-теоретического подхода автором разработана классификация морально-нравственных ценностей, дано авторское определение этого понятия. Освещен вопрос зависимости морально-нравственных ценностей молодежи от социокультурных процессов в целом и психологических особенностей подростка в частности, рассмотрены внешние факторы, оказывающие влияние на формирование ценностей и определение поведенческой модели. На основе анализа эмпирических данных – результатов социологического исследования рассмотрены значимость и уровень восприятия современной студенческой молодежью таких социальных институтов общества как «семья» и «брак», влияние кризисных явлений на решение о создании семьи. У исследователей вызовет интерес представление современной молодежи о том, что происходит с любовью в браке, мотивация вступление в брак и чем в их понимании отличается брак от семьи.

Ключевые слова: морально-нравственный ценности, семья, брак, любовь, студенческая молодежь.

Благодарности: Статья подготовлена в рамках выполнения государственного задания ИСИ АН РБ

Введение. Морально-нравственные ценности – это система врожденных и приобретенных социальных жизненных ценностей и индивидуальных личностных качеств, черт характера, обусловленных природой, эволюцией и прогрессом, определяющих поведение человека, его жизненную позицию, воззрение на мир и окружающую действительность.

Проблемы формирования духовно (сиречь морально)-нравственных ценностей рассматривались в трудах Л.С. Выготского, Б.Т. Лихачева, П.Е. Матвеева [1]. Крупные философы и педагоги делали акцент на духовно-нравственном воспитании личности в процессе образования (И.А. Ильин, В.В. Зеньковский, П.Ф. Каптерев, Н.И. Пирогов, В.А. Сухомлинский, Л.Н. Толстой, К.Д. Ушинский) [2]. Идеи духовно-нравственного воспитания личности в контексте религиозной культуры с опорой на отечественные культурные традиции изложены в трудах Т.И. Петраковой, Т.В. Скларовой, С.Ю. Дивногорцевой, И.В. Метлика, И.А. Галицкой [3].

Научно-теоретический подход к классификации морально-нравственных ценностей позволяет нам объединить их в несколько основных групп.

Во-первых, социальные морально-нравственные ценности, регулирующие жизнедеятельность в обществе, поведение и безопасность человека: отношение к родине – патриотизм, воинский долг, служение родине; отношение к человеку, к жизни как высшей и абсолютной ценности, отношение к обществу – иждивенческое, потребительское или понимание социальной полезности, востребованности и самореализации. Эти ценности зависят от политико-правовых, административных, экономических и социальных отношений в государстве, регулируются общественно-государственными институтами, охраняются действующим законодательством.

Во-вторых, мировоззренческие морально-нравственные ценности, определяющие жизненную позицию человека, его воззрение на мир и окружающую действительность: убеждения, идеалы, принципы, ценностные ориентации. Эти ценности формируются общественными институтами: семьей, школой, культурно-массовыми учреждениями, армией и пр. в течении всей жизни человека в процессе его развития, обучения, освоения новых навыков и делает личность целостной. Факторы, влияющие на их формиро-

вание – социальное окружение, условия проживания, уровень развития общества, пропаганда и идеология.

В-третьих, *родовые* (кондовые) морально-нравственные ценности – традиционные, исконные ценности, заложенные природой и естественным ходом развития человечества, передающиеся из поколения в поколение. Это отношение к родителям, детям, семье, любви, браку, продолжению рода.

В-четвертых, *поведенческие* морально-нравственные ценности, определяющие взаимоотношения в обществе, поведение человека в обществе и социальных группах – это традиции и обычаи, уровень толерантности и веротерпимости (расовой, этнической, национальной, конфессиональной и пр.), отношение к собственности, труду и результатам труда, профессионально-квалификационное развитие и досуговые предпочтения.

В-пятых, *личностные* морально-нравственные ценности, отражающие качества человека, черты характера: доброта, вежливость, эмпатия, уважение старших, бескорыстие, честность, порядочность и т.п., а также их пейоративы (словарные единицы с отрицательно-оценочным значением). Могут быть как врожденными, так приобретенными. Факторы, влияющие на их формирование – наследственность, менталитет, культура, окружающая среда.

В настоящее время становление и развитие личности, формирование его морально-нравственных ценностей и взглядов зависит от таких социокультурных процессов, как:

- Интенсивное развитие информационно-коммуникационных технологий;

- Высокая динамика социальных, экономических, политических преобразований в обществе;

- Ослабление значимости и актуальности традиционных институтов социализации (семья, школа, референтные группы, личности);

- Социальная атомизация, трансформация социальных связей, увеличение социальной дистанции между поколениями, профессиональными стратами, различными социальными группами;

Пренебрежение общественными интересами и благами, превалирование личной независимости и свободы (индивидуализм) над коллективными ценностями, прагматизм;

- Насажение идеологии массового потребления материальных благ и формирование соответствующей системы ценностей в обществе (консюмеризм),

- Культивирование личностных благ и удовольствия как высшей формы существования и смысла жизни (гедонизм).

Отдельно отметим, что помимо от социокультурных факторов, к процессам, оказывающим влияние на формирование личности, относят психологическое здоровье подростка, особо уязвимое для таких явлений как соци-

альная изоляция, дискриминация, стигматизация, трудности в учебе, рискованные формы поведения, физическое нездоровье. На психическое здоровье подростка, которое в дальнейшем оказывает непосредственное влияние на формирование системы морально-нравственных ценностей в целом и отношение к институтам семьи и брака в частности, влияет целый ряд факторов. Детерминантами психического здоровья являются качество жизни в семье, взаимоотношения со сверстниками, методы родительского воспитания, социально-экономические проблемы, влияние СМИ, гендерные нормы и отклонения. По оценкам специалистов, психическими расстройствами страдает каждый седьмой подросток в мире (14%) [2].

Коронавирусная инфекция (COVID-19) и вызванные ей кризисы, затронул все мировые процессы и сферы жизнедеятельности человека, в том числе и вопросы здоровья и дестабилизации психоэмоционального здоровья молодежи. Согласно выводам международного опроса детей и взрослых, проведенного ЮНИСЕФ и Институтом Гэллага в 21 стране, в среднем каждый пятый из опрошенных молодых людей в возрасте 15-24 лет заявил, что часто чувствует себя подавленным или мало заинтересованным в том, чтобы чем-то заниматься. Неопределенность, перебои в распорядке дня, образовании, отдыхе, а также беспокойство по поводу дохода и здоровья семьи заставляют многих молодых людей испытывать страх, гнев и тревогу за свое будущее [3]. Психические расстройства, отклонения могут вести к социальному пессимизму, деструкции личности и социальных ориентаций молодежи, наносить значительный ущерб здоровью.

Социокультурные факторы и психологическое здоровье молодого человека формируют систему морально-нравственных ценностей, служат базой для выработки определенной модели поведения в обществе, его социальной роли.

Помимо социокультурных и психологических факторов, внешние факторы также оказывают влияние на формирование ценностей и определение поведенческой модели. На глобальном (международном) уровне – это цивилизационные вызовы (эпидемия, войны, масштабные экологические катастрофы), на государственном (макроуровне) – это экономические, политические кризисы в обществе, на личностном (микроуровне) – успешность, финансовое благополучие, профессиональная реализация, личностный рост и т.п.

Методика исследования. Социологическое исследование «Семейно-брачные отношения в системе морально-нравственных ценностей студенческой молодежи» проводилось в рамках международного социологического исследования «Отношение студенческой молодежи к семье и браку в тюркоязычных странах», (Турция, Азер-

байджан, Казахстан, Узбекистан, Киргизия и Российская Федерация). В Российской Федерации исследование проводилось на территории Республики Башкортостан, организаторы полевого этапа исследования: «Институт стратегических исследований РБ» и «Евразийская ассоциация социологов» (г. Уфа). Объект исследования: студенческая молодежь в возрасте от 15 до 35 лет. Исследование проводилось в соответствии с методикой и было направлено на определение отношения студенческой молодежи к вопросам семейно-брачных отношений, выявление установок молодежи на создание семьи, изучение желаемого типа семьи в представлениях современной молодежи. Объем выборки: 799 человек, обучающихся на очной и заочной формах в БашГУ, УГНТУ, УГАТУ, БГУ и БГМУ. Метод сбора данных: онлайн-анкетирование с применением Google Forms. Сроки проведения: IV квартал 2021 года. При разработке данного исследования использовались результаты дистанционного анкетирования студентов с применением программ Google Forms. Опрос проходил с использованием базовой анкеты, предусмотренной социологической методикой. Анкета была размещена в сети Интернет. Для заполнения анкеты респондентам были разосланы электронные ссылки. Активная ссылка для прохождения опроса распространялась среди студентов и студенческих сообществ через преподавателей и работников ведущих вузов, старост групп и студенческих профсоюзных активистов посредством социальных сетей и мессенджера WhatsApp – сервиса обмена сообщениями и голосовой связи. Задача исследования – рассмотреть систему морально-нравственных ценностей студенческой молодежи, изучить отношение современной студенческой молодежи

к семье, браку, деторождению, определить место этих понятий в системе морально-нравственных ценностей на современном этапе.

Результаты исследования. Семья – это социальный институт, чья структура и общечеловеческая ценность обусловлена эволюцией, естественным процессом развития человечества [4]. Испокон веков традиционными семейно-брачными ценностями являются целомудрие, брак, семья, (много)детность, материнство, отцовство, сохранение брака, укрепление института семьи, преемственность поколений. Согласно результатам исследования, две трети респондентов считают семью и брак важными социальными институтами. Так считают 69,3% женщин и 64,1% мужчин в возрасте от 17 до 35 лет. Для оставшейся трети респондентов брак не так важен (Рисунок № 1).

Здесь необходимо пояснить, что скорее всего респонденты под браком подразумевают не только и не сколько официально зарегистрированный в отделении ЗАГС союз двух людей, а все формы семейно-брачных отношений (светский, религиозный, гражданский). То, что треть респондентов не видят важность брака, не означает, что они против каких-либо из этих форм брака.

Необходимо отметить, что респонденты при ответе на вопрос «Что для вас значит семья?» в первую очередь имеют ввиду семью в которой родились и выросли, и уже потом семью, которую только планируют создать. Этому наблюдению свидетельствует тот факт, что для 17,0% респондентов семья – это дом, родители, очаг, родные люди, т.е. то, что знакомо и с детства окружает нас, дарит тепло. А 5,1% респондентов определили семью как союз, родительство, продолжение рода, брак (Таблица № 1).

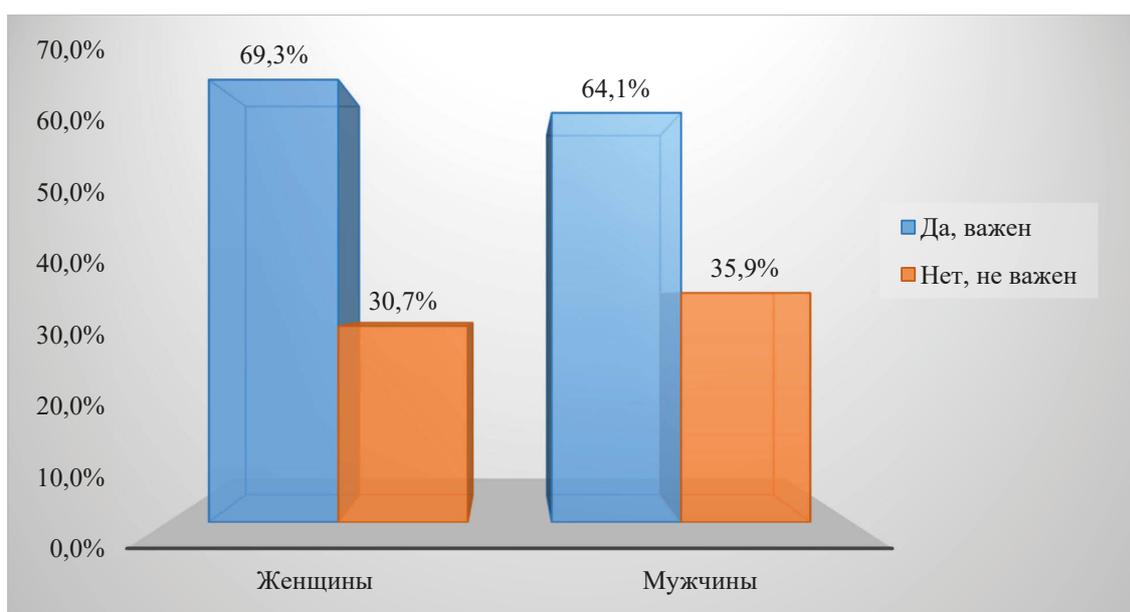


Рисунок 1. Важен ли для Вас брак?

Что для Вас значит «семья»? %

Любовь	18,0
Дом, уют, родство, тепло, родные люди, дети, мир, ячейка (часть) общества, братство, тыл, близкие люди, очаг, родители, команда	17,0
Счастье, рай на земле	7,7
Доверие, поддержка, помощь, сотрудничество, партнерство, надёжность, стабильность, целостность, единство, единое целое, опора, крепость, забота, защита, безопасность, верность, благополучие, ответственность, отношения, верность, уверенность, удобство, испытание, обязанность, приключение	23,5
Жизнь, смысл жизни, всё	2,6
Союз, дружба, целое, родительство, брак, продолжение рода	5,1
Понимание, взаимопонимание, благодать, гармония, взаимодействие, взаимоуважение, радость, идиллия, удовлетворение, уважение	17,7
Другое: душа, будущее, милость аллаха, нервы, симбиоз, добро, сложно, ничего, ментальная близость, прочее	8,0
Рабство, работа, труд	0,7
Нет ответа	5,2
Всего	105,5

23,5% респондентов наделили «семью» такими качествами, как стабильность, целостность, поддержка, помощь, забота, надёжность, безопасность, верность и т.д. То есть теми качественными характеристиками, перечисление которых наводит на мысль, что значительная часть молодых людей ищет в семье в первую очередь защиту, стабильность и благополучие.

Для 18,0% представителей студенческой молодежи, принявшей участие в исследовании, семья – это любовь. 17,7% респондентов видят в семье гармонию, идиллию, радость, удовлетворение, взаимопонимание и взаимоуважение. К ним можно с небольшими оговорками присоединить 2,6% тех, кто считает семью смыслом жизни и 7,7% считающих, что семья – это счастье и рай на земле (вне обсуждения оставим единственный ответ, утверждающий, что семья – это вселенная).

Анализ ответов на вопрос «Что для Вас значит «брак»? выявил существенное отличие от понимания «семьи» (Таблица № 2).

Таблица № 2

Что для Вас означает понятие «брак»? %

Счастливое равенство	48,0
Испытание	2,0
Свобода	1,1
Рабство	2,2
Обязанность	6,5
Привычка	0,4
Принуждение	0,1
Любовь и сексуальная гармония	26,5
Родительство	5,3
Другое	7,9
Всего	100

Для большинства респондентов (48,0%) брак – это счастливое равенство, 26,5% респондентов видят в браке любовь и сексуальную гармонию, а 6,5% – обязанность.

Брак как родительство и продолжение рода воспринимают 5,3% респондентов. Отметим, что примерно столько же респондентов (5,1%) относятся к институту семьи как к родительству, продолжению рода.

На вопрос «Вы бы предпочли брак по любви или по расчету?» 85,1% женщин и 82,2% мужчин ответили – «по любви». Ответивших «по расчету» респондентов-мужчин чуть больше, чем женщин – 4,0% и 2,4% соответственно. «Не собираюсь жениться\выходить замуж» – 9,9% женщин и 12,8% мужчин. Как видим подавляющее большинство современной студенческой молодежи верит в любовь и в брак по любви.

Согласно исследования у современной студенческой молодежи стремящейся вступить в семейно-брачные отношения следующая мотивация. У большинства респондентов (72,6% женщин и мужчин) «чтобы разделить жизнь с тем, кого любишь», 34,2% – «для продолжения рода», в пределах 17,0 – 18,0 процентов – «для безопасной жизни» (18,1%), «для более организованной жизни» (17,9%), «для удобства и комфорта» (17,7%). Как видим в первую очередь молодые люди ищут в семье и браке любовь, жизнь с любимым человеком. Следующая мотивация, в процентном отношении вдвое уступающая первой, – продолжение рода. Примечательно, что респонденты разводят такие понятия как продолжение рода и регулярная сексуальная жизнь, которую как мотивацию вступления в брак отметили 15,5%. Вступление в брак и создание семьи как религиозную норму и традицию отметили 7,9% респондентов, что коррелируется вопросом о религиозных убеждениях (5,9% считают себя верующими и следуют всем религиозным требованиям). Также респонденты дали по одному ответу: «Чтобы быть счастливым», «Чтобы поддерживать друг друга», «Так решили прошлые поколения», «Для возможности присутствия в реанимации», «Упрощает многие юридические вопросы», «Брак не так важен, как его превозносят».

Результаты исследования показывают, что молодое поколение разводит понятия «семьи» и «брака». Эти понятия существенно различаются в силу своих социокультурных особенностей и функциональных установок.

На вопрос о влиянии кризисных явлений на решение бракосочетания 79,7% женщин и 68,5% мужчин ответили – «нет, не повлияет» и «не задумывались над этим». Женщины менее подвержены внешним страхам и угрозам в вопросах строительства семейного счастья, чем мужчины. Каждый третий мужчина (31,5%) и каждая пятая женщина (20,3%) считают, что да, кризис повлияет на решение о браке. Считаем этот процент достаточно высоким и связан в первую очередь с высокой динамикой социальных, экономических, политических преобразований в обществе и в мире.

По мнению большинства респондентов (59,9%), любовь в браке только укрепляется. Остальные респонденты в принципе не верят в продолжение любви – каждый десятый считает, что любовь заканчивается (11,3%), что любые отношения могут положить конец любви (10,3%), 18,2% – даже если любовь не заканчивается с годами любовь теряет силу и уходит. (Таблица № 3).

Выводы. Результаты исследования показывают, что предпочтения студенческой молодежи Башкортостана в сфере семьи и брака соответствуют современным морально-нравственным ценностям и претерпевают соответствующие изменения под воздействием современных социокультурных процессов. Молодежь, рассматривая в большинстве своем брак как счастливое равенство, не стремится оформить свои отношения официально, предпочитая совместную жизнь без заключения официального брака. В большей степени брак пугает молодежь ответственностью, которая возникает в браке, а также необходимостью отказываться от привычек, которые были до брака. Респонденты рассматривают семью как экзистенциальное явление – осознание того, что человек нужен и дорог кому-то, что его любят и что за него готовы отдать жизнь, и это порождает чувство защищенности и безопасности, поддерживает моральный дух и уверенность [5]. Брак же рассматривается как юридическое явление, закрепляющее отношения двух людей. Поэтому институт семьи в силу сложившейся социокультурной специфики имеет более важное значение, чем институт брака. Семья – убежище для совместного существования и продолжения рода.

Таблица № 3

Как вы думаете, что происходит с любовью в браке?%

Любовь укрепляется	59,9%
Остается неизменной	0,3%
Даже если любовь не закончится, с годами она теряет силу и уходит.	18,2%
Не только брак, но и долгосрочные отношения могут положить конец любви	10,3%
Любовь заканчивается	11,3%
Всего	100,0%

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Милохина Г.Г. Формирование духовно-нравственных ценностей подростков как основное направление воспитания личности в школе // Вестник Щадринского государственного педагогического института. – 2015. – № 4(28). – С. 85-87.
2. Кудимова Т.В. Духовно-нравственное воспитание в условиях обновленного содержания образования // Образование и воспитание. – 2016. – № 1(6). – С. 79-81.
3. Тазов П.Ю. Социокультурные условия формирования духовно-нравственных ценностей студентов ВУЗа // Современные проблемы науки и образования. – 2019. – № 2. – С. 69.
4. Всемирная организация здравоохранения. Информационный бюллетень. Психическое здоровье подростка. Источник: <https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/adolescent-mental-health>. Дата обращения: 15.06.2022.
5. Хелен Уайли. ЮНИСЕФ: влияние COVID-19 на ухудшение психического здоровья детей и молодежи. Источник: <https://www.unicef.org/eca/ru>. Дата обращения: 15.06.2022.
6. Бим-Бад Б.М., Гавров С.Н. Семья как социокультурный феномен // Модернизация института семьи: макросоциологический, экономический и антрополого-педагогический анализ. Монография. – М.: Интеллектуальная книга, Новый хронограф, 2010. – С. 27-53.
7. Мацковский М.С. Социология семьи. Проблемы, теории, методологии и методики. – М., Наука, 1989. – С. 116.

Информация об авторе

Гимаев Ильдар Закиевич, кандидат социологических наук, ведущий научный сотрудник научного центра изучения социального развития региона ГАНУ «Институт стратегических исследований Республики Башкортостан», г. Уфа, Российская Федерация

e-mail: gimaev@yandex.ru

ORCID ID: 0000-0001-6374-5139

Gimaev I.Z.

FAMILY AND MARRIAGE RELATIONS IN THE SYSTEM OF MORAL AND ETHICAL VALUES OF YOUTH STUDENTS

Abstract. The article deals with the attitude of student youth to the issues of family and marriage, the place of family and marriage relations in the system of moral values of youth. Based on the scientific and theoretical approach, the author developed a classification of moral values, and gave the author's definition of this concept. The question of the dependence of the moral values of young people on sociocultural processes in general and the psychological characteristics of a teenager in particular is covered, external factors that influence the formation of values and the definition of a behavioral model are considered. Based on the analysis of empirical data – the results of a sociological study, the significance and level of perception by modern student youth of such social institutions of society as "family" and "marriage", the impact of crisis phenomena on the decision to create a family are considered. Researchers will be interested in the idea of modern youth about what happens to love in marriage, the motivation for marriage, and how, in their understanding, marriage differs from the family.

Keywords: moral values, family, marriage, love, student youth.

Literature

1. Milokhina G.G. Formation of spiritual and moral values of adolescents as the main direction of personal education at school // Bulletin of the Shchadrin State Pedagogical Institute. – 2015. – No. 4(28). – Pp. 85-87.
2. Kudimova T.V. Spiritual and moral education in the conditions of the updated content of education// Education and upbringing. – 2016. –No. 1(6). – Pp. 79-81.
3. Tazov P.Yu. Socio-cultural conditions for the formation of spiritual and moral values of university students // Modern problems of science and education. – 2019. – No. 2. – P. 69.
4. World Health Organization. Newsletter. Mental health of a teenager. Source: <https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/adolescent-mental-health> . Accessed: 06/15/2022.
5. Helen Wiley. UNICEF: the impact of COVID-19 on the deterioration of mental health of children and youth. Source: <https://www.unicef.org/eca/ru> . Date of application: 06/15/2022.
6. Bim-Bad B.M., Gavrov S.N. Family as a socio-cultural phenomenon // Modernization of the family institute: macrosociological, economic and anthropological-pedagogical analysis. Monograph. – M.: Intellectual Book, New Chronograph, 2010. – Pp. 27-53.
7. Matskovsky M.S. Sociology of the family. Problems, theories, methodologies and techniques. – M., Nauka, 1989. – P. 116.

Author

Gimaev Ildar Zakievich, Candidate of Sociological Sciences, Senior researcher at the Scientific Center for the Study of Social Development of the region of Institute for Strategic Studies of the Republic of Bashkortostan, Ufa, Russian Federation

e-mail: gimaev@yandex.ru

ORCID ID: 0000-0001-6374-5139

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОСТРАНСТВ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ МОЛОДЕЖИ В ЦИФРОВОМ ОБЩЕСТВЕ

DOI: 10.26907/2079-5912.2023.1.16-20

Аннотация. В статье рассматриваются процессы трансформации пространств самопрезентации молодежи, отличительной особенностью которых является развитие блогосферы. Обосновывается, что блогосфера, которая формируется в пространстве социальных сетей, глубоко интегрируется в социальную структуру. Выявлено, что трансформация пространств самопрезентации молодежи в цифровом обществе во многом является результатом конвергенции реального и виртуального миров, развития информационно-технических средств и цифровых технологий, смены социокультурной парадигмы. С использованием методов невключенного наблюдения, вторичного анализа данных социологических исследований и пилотажного онлайн опроса (анкетирования) сделан вывод о перспективах развития блогосферы в качестве дискурсивной площадки для самопрезентации молодежи.

Ключевые слова: молодежь, пространство самопрезентации молодежи, блогосфера, глобальная сеть Интернет, интернет-среда, социальные сети, социальная структура, цифровое общество, социокультурная парадигма.

Развитие глобальной сети Интернет привело к трансформации систем общественных отношений и виртуализации коммуникационных процессов, характерных для становления цифрового общества. Уже с конца 90-х гг. XX в. Интернет становится универсальным средством общения, обмена информацией и активно внедряется во все сферы социальной жизни. Применяя новые технологии, человек не только получает доступ к любой нужной информации, но и расширяет коммуникативные возможности. Уже на этапе становления цифрового общества проявляется феномен виртуальной личности. В значительной степени эти процессы затронули «Z-поколение» – людей, чья социализация проходила в эпоху новых информационных революций. Стремительное внедрение во все сферы общественной жизни информационных технологий привело к кардинальной трансформации механизмов формирования идентичности и самопрезентации личности. Как следствие, наметились процессы перехода от реальной идентичности к виртуальной, реализуемой в интернет-среде.

Одним из феноменов цифрового общества выступает процесс самопрезентации в социальных сетях. Социальные сети, став дополнительной площадкой для самопрезентации молодого поколения, предопределили появление нового формата ведения аккаунтов в виде личных блогов, отличительной чертой которых является максимальная при-

ближенность создаваемого виртуального образа к реальной личности. Кроме того, интернет-блоги являются той средой, в которой молодежь выражает свою точку зрения, самовыражается и выстраивает процессы коммуникации в зависимости от интересов, стиля мышления, оценок и мнений. Блоги стали привычным элементом повседневной жизни, а не только формой коммуникации и воздействия на пользователей виртуальной реальности. Проявляясь в формате интернет-активности, блоги на этом этапе сочетают в себе стиль ведения авторских колонок в СМИ со спецификой ведения личных дневников.

Развитие блогосферы в России приходится на 2000-е годы и связано с запуском таких платформ, как LiveJournal, Diary.ru, Liveinternet и проч. Блоги появляются как ответ на потребности пользователей сети Интернет, связанные с необходимостью получения большего объема информации, увеличения скорости распространения информационных сообщений, осуществления коммуникаций с большей аудиторией, возможностью выразить собственное мнение.

«Являясь элементом социальной структуры, блогосфера обладает достаточно четкими границами во времени и пространстве, а также, представляя собой результат деятельности элементов глобальной сети Интернет, она демонстрирует и подсистемы социальной структуры, к числу которых относится поведенческий организм, система

культуры, система личности и т.д.» [1, с. 173]. Блогосфера становится и социально-культурным феноменом, особенным информационно-коммуникативным пространством, в котором происходит самопрезентация молодежи – воспроизводство идентичности в личном блоге.

Блогосфера, которая формируется в пространстве социальных сетей, глубоко интегрируется в социальную структуру. С развитием социальных сетей, блоги окончательно закрепили за собой место самого популярного способа самовыражения в сети Интернет. Благодаря появлению различных технологий сетевой коммуникации блог становится всё более сложным механизмом, а значит требует большей включенности, большего запаса знаний от пользователя и определенной степени идентификации себя в пространстве сети Интернет. В связи с этим, блог перестает быть лишь площадкой для свободной демонстрации своей личности, а становится инструментом, с помощью которого можно не только построить свой имидж в сети Интернет, завести новые знакомства, собрать единомышленников в одном коммуникационном пространстве, но и влиять, управлять и, при желании, даже манипулировать общественностью.

В цифровом обществе блогосфера, как продукт глобальной сети «Интернет», меняет все традиционные представления о процессах социализации. Посредством социализации молодого поколения через блогосферу возникают изменения в рамках межпоколенческой коммуникации, ведь именно данный вид коммуникаций позволяет молодому поколению ускорить процесс вхождения во взрослую самостоятельную жизнь там, где они наиболее адаптированы, нежели старшее поколение. Блогосфера меняет не только уклад жизни населения, но и трансформирует способы передачи культурных норм и моделей социального поведения и взаимодействия. Молодежь в процессе социализации начинает ориентироваться не на социальный опыт предыдущих поколений и традиционных институтов социализации, а на мнение известных блогеров, которые стали лидерами мнений.

Блогосфера является динамично развивающейся системой, подверженной влиянию изменений социальной реальности. Говоря о трансформации блогосферы как пространства самопрезентации молодежи, нельзя не отметить влияние пандемии COVID-19 и геополитических процессов. Так как самопрезентация личности в сети является собой конструирование виртуального «Я» посредством показа индивидуальных черт автора и желаемых характеристик, то такое масштабное социальное явление как пандемия COVID-19 ускорила процессы цифровизации и интеграции пользователей в медиaprостранство. Данная тенденция только усилилась в период самоизоляции, что стало следствием пандемии и позволило создать условия

для безопасной коммуникации. Цифровые коммуникации стали имманентно интегрированы в повседневную реальность. Блогеры адаптировались под новые запросы пользователей социальных сетей, что расширило сам феномен самопрезентации в сети «Интернет» и сделало его частью повседневности практически всех участников современного общества. Кризис реальной коммуникации усилил трансляцию в социальных сетях аспектов личной жизни, сделав блогосферу неотделимой частью новой социальной реальности.

Любое событие международного значения не может не отразиться на реальной, а теперь и занимающей значительную часть жизни виртуальной повседневности. Также, как и в период пандемии COVID-19, в рамках новых внешних вызовов формируются новые социальные потребности в обществе. Потребность в обсуждении актуальной не только для определенной группы людей, а для общества в целом темы, в информационной обогатенности рождает новый виток поступающего в сеть «Интернет» материала. В статье «Развитие digital-пространства России с учетом санкций 2022 года» Н. А. Стефанова и А. А. Евсюкова отмечают, что введенные в конце февраля-начале марта 2022 г. Евросоюзом и США ограничительные меры в отношении Российской Федерации в связи со специальной операцией на Украине оказывают колоссальное влияние по своему масштабу, воздействующие в том числе на сферу интернет-пространства в России [2]. Под удар попали такие популярные социальные сети, как Instagram, Facebook, Twitter, сервис для создания коротких видео TikTok, которые на данный момент до сих пор являются запрещенными на территории Российской Федерации. Деятельность на остальных платформах регулируется с целью выявления публикации заведомо ложной информации в рамках политического дискурса, что сильно отражается на формировании общего портрета виртуального «Я» как активного пользователя сети «Интернет», на свободу его самопрезентации.

Проведенное в 2020 году по общероссийской репрезентативной выборке Всероссийским центром исследования общественного мнения (ВЦИОМ) исследование «От блогеров - к инфлюенсерам: борьба за внимание и влияние на аудиторию. Новые тренды» также подтверждает, что молодежь является основной аудиторией блогеров. Доля молодежи в возрасте от 18 до 24 лет, просматривающих видеозаписи и читающих блоги, составляет 63 %. Причина этого процесса состоит в массовом притоке блогеров из молодежной среды. Как показали результаты, полученные ВЦИОМ, если изначально блогерство являлось элементом самовыражения людей и основывалось на принципах бескорыстной увлеченности, то в настоящее время блогерство несет рыночные цели, связанные с извлечением при-

были. Современный блогер – это не только лидер мнений, но и активный рыночный игрок. Блогосфера, функционирующая в высококонкурентной среде, требует от блогеров постоянной адаптации к изменяющейся действительности и высокой степени креативности. С этим утверждением согласны 66 % респондентов, особенно молодежь в возрасте 18-24 лет (79 %). Современные блогеры оперативно реагируют на изменение информационной повестки и, по мнению 77 %, используют «хайп». При этом для современного общества характерен высокий интерес к профессии блогерства: 14 % респондентов хотели бы видеть своих детей и внуков в профессии блогера [3].

Исследования показали, что блогосфера заслуживает все большее доверие, в особенности среди молодежи, и стремительно интегрируется в социальные процессы. Такие выводы подтверждают и результаты проведенного авторами пилотажного исследования – анкетного онлайн опроса с использованием стихийной выборки населения Иркутской области на тему «Состояние и специфика развития блогосферы в пространствах самопрезентации молодежи в России». Исследование проводилось на базе Социологической лаборатории региональных проблем и инноваций ИСН и НИЧ ФГБОУ ВО «ИГУ» в октябре-декабре 2021 г. Цель пилотажного исследования состояла в получении дополнительной информации о состоянии и факторах влияния блогосферы на самопрезентацию российской молодежи (на примере Иркутской области) и уточнении гипотезы исследования, которая заключалась в предположении о том, что в современных условиях активно происходит трансформация пространств самопрезентации молодежи, отличительной особенностью которой является развитие блогосферы, а идентификация молодежи является способом развития блогосферы в пространствах самопрезентации молодежи.

Учитывая актуальность темы, недостаточную научную проработанность проблемы и неоднородность предмета исследования выборочная совокупность составила 200 человек (из них, 97 чел. – мужчин, 103 чел. – женщин в возрасте от 18 лет и старше), а именно: от 18 до 25 лет – 36,0 %; от 26 до 35 лет – 23,5 %; от 36 до 45 лет – 29,0 %; от 46 до 60 лет – 9,0 %; от 61 и старше – 2,5 %. По наличию у респондентов собственного блога: 8,5 % имеют собственный блог, 91,5 % – не имеют. Анкета была размещена в свободном доступе на сайте IAnketa. В онлайн-опросе использовались открытые, закрытые и полузакрытые вопросы. Закрытые и полузакрытые вопросы содержали вопросы с множественными вариантами ответа и вопросы с ранжированием.

По данным проведенного пилотажного исследования, 34,5 % респондентов ответили утвердительно на вопрос о том, разделяют ли они мнение, что одним из следствий развития информационного (цифрового) общества высту-

пает появление блогосферы, 56,9 % респондентов скорее разделяют это утверждение, чем нет. Полученные данные позволяют предположить, что блогосфера при развитии информационных технологий прочно вошла в социально-культурное пространство человека и стала играть важную роль в коммуникативно-информационных процессах современного общества. Также выявлено, что блогосфера является видом социального пространства, определяющим механизм идентификации и самопрезентации личности (31 %). То есть блогосфера в понимании респондентов является не просто продуктом развития цифровых интернет-технологий, а важным элементом социально-психологического пространства личности, в котором происходит её социализация, идентификация и самоопределение.

По вопросу об уровне развитости блогосферы в России, 94,5% среди всех опрошенных говорят о развитости блогосферы в России в той или иной степени. Полученные данные свидетельствуют о том, что блогеры, которых также можно назвать активными контент-мейкерами, оказывают все большее влияние на социальные процессы, обладают свежим взглядом на актуальные темы, умеют адаптировать свой контент под запросы аудитории и пользуются доверием подписчиков.

Быстрые процессы цифровизации существенным образом влияют на качество жизни. Сегодня блог – это не только альтернативный источник информации, но и средство самопрезентации личности, возможность творческой самореализации. При этом, молодежь становится именно той целевой аудиторией, на которую блогосфера оказывает существенное влияние, привлекая её большими возможностями для самопрезентации. Примечательно, что большая часть респондентов при ответе на вопрос «Как долго, на взгляд респондента, блогосфера сможет привлекать внимание молодежи как дискурсивная площадка для самопрезентации?», придерживается точки зрения, что происходить это будет эпизодически в зависимости от ситуаций и событий (30,5 %). Вторым по популярности вариантом ответа является - «в силу сформировавшейся потребности в обсуждении проблемы» (25,0 %). Из всех опрошенных, среди тех, кто имеет собственный блог 35,3 % считают, что блогосфера сможет ещё достаточно длительное время привлекать внимание молодежи как дискурсивная площадка для самопрезентации.

Блогосфера как новое динамичное социальное явление во многом зависит от характера и природы социальных трансформаций, изменения индивидуальных и групповых предпочтений и интересов, модных тенденций. Такой вывод подтверждается и данными проведенного исследования. Респондентам был задан полузакрытый вопрос, подразумевающий несколько вариантов ответа о том, какими категориями они мыслят понятие «блогосфера».

44,5 % всех опрошенных мыслят блогосферу как модную социальную сферу, отличающуюся стилями поведения его представителей.

Процессы интернетизации превращают блогосферу в социальное пространство с присущими ей характеристиками, которое влияет на выбор технологий самопрезентации молодежи. Отвечая на вопрос о том, какие особенности блогосферы как социального пространства влияют на выбор технологии самопрезентации молодежи, 39 % от всех респондентов считают, что именно способность к изменению, трансформации влияет на выбор технологии самопрезентации молодежи в блогосфере, тогда как 31 % респондентов указывают на появление трендов как вызов.

Говоря о внешних факторах, влияющих на формирование и развитие пространств самопрезентации молодежи в современном обществе, на первой позиции — «глобализация». Такого мнения придерживается 40 % респондентов. 32 % респондентов указывают на влияние интеграционных и дезинтеграционных процессов в формировании и развитии пространств самопрезентации молодежи. Также респондентами были выделены следующие факторы воздействия: «интернационализация»; «спрос на креативные индустрии»; «формирование новых молодежных солидарностей»; «новые конкурентные стратегии и условия их реализации»; «информационные войны».

Нами сделан вывод, что внешние и внутренние факторы, оказывающие влияние на формирование и развитие пространств самопрезентации молодежи, приводят к трансформациям блогосферы как социального пространства, в основе которых лежит не только информационно-технологический, но и социокультурный контекст [4]. Говоря о социальных трансформациях, которые претерпела блогосфера как пространство самопрезентации молодежи в России за последние 3 года, результаты исследования подтвердили наше предположение, полученное в результате не включенного (внешнего) наблюдения и вторичного анализа данных проведенных социологических исследований, о расширении границ, повышении темпов, масштабности развития и появления новых форм идентификации молодежи. По данным пилотажного ис-

следования больше всего изменения блогосферы коснулись повышения темпов и масштабности развития – такого мнения придерживаются 45,0 % респондентов (доля ответов – 13,3 %). 39,5 % респондентов говорят о появлении новых форм идентификации молодежи и столько же об актуализации вопросов управления и саморегулирования внутри блогосферы (доля ответов по 11,7 %). По мнению опрошенных, среди других отличительных особенностей трансформации пространств самопрезентации молодежи (всего получено 676 ответов, принято за 100 %): произошло искажение пространств (смена типов, форм, методов и т.д.) (11,1 %); появились новые лидеры в блогосфере региона (10,4 %); усилилась региональная специфика в механизмах идентификации молодежи (9,8 %); обострились вопросы регулирования взаимодействий представителей блогосферы с властью (9,6 %); появились новые групповые идентификации молодежи (9,2 %); сформировались новые стратегии общественных молодежных организаций в Интернет-пространстве (4,7 %) и др. Мы видим, что больше всего изменения связаны с процессами институционализации блогосферы.

В заключение необходимо отметить, что в современных условиях активно происходит трансформация пространств самопрезентации молодежи, отличительной особенностью которой является развитие блогосферы. Эти процессы во многом являются результатом конвергенции реального и виртуального миров, развития информационно-технических средств и цифровых технологий, смены социокультурной парадигмы. Несмотря на то, что блогосфера сегодня занимает существенное место в информационном пространстве и увеличивается её роль в становлении и формировании личности российской молодежи, говорить о значительной реализации функции активной самопрезентации молодежи посредством блогосферы пока рано. Тем не менее, блогосфера имеет явные перспективы развития в качестве дискурсивной площадки для самопрезентации и, по результатам исследования, сможет поддерживать уровень своей актуальности и востребованности среди молодежи достаточно продолжительное количество времени.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Парсонс Т. Система современных обществ. М., 1998. С. 15-20.
2. Стефанова Н.А., Евсюкова А.А. Развитие digital-пространства России с учетом санкций 2022 года [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-digital-prostranstva-rossii-s-uchetom-sanktsiy-2022-goda> (дата обращения: 23.12.2021).
3. Всероссийский центр изучения общественного мнения «ВЦИОМ» [Электронный ресурс]. – URL: <http://wciom.ru/> (дата обращения: 31.01.2023).

4. Грабельных Т.И. Глобальные и региональные воздействия на современные общества: новые социальные трансформации / Т.И. Грабельных, Н.А. Саблина, В. В. Зырянов // Социологические исследования. – 2022. – № 4. – С. 152-154. DOI: 10.31857/S013216250018918-2.

Информация об авторах

Грабельных Татьяна Ивановна, заведующая кафедрой, Иркутский государственный университет, Институт социальных наук, кафедра социальной философии и социологии, доктор социологических наук, профессор.

E-mail: tagr@bk.ru

Багрий Екатерина Ивановна, старший преподаватель, Иркутский государственный университет, Институт социальных наук, кафедра социальной философии и социологии, кандидат социологических наук.

E-mail: ekaterina.bagriy@yandex.ru

Мохрякова Евгения Александровна, выпускница Института социальных наук Иркутского государственного университета по направлению «Социология».

E-mail: mohryakova99@mail.ru

Grabelnykh T.I., Bagriy E.I., Mohriakova E.A.

TRANSFORMATION OF SELF-PRESENTATION SPACES OF YOUTH IN THE DIGITAL SOCIETY

Abstract. The article discusses the processes of transformation of self-presentation spaces of young people, a distinctive feature of which is the development of the blogosphere. It is substantiated that the blogosphere, which is formed in the space of social networks, is deeply integrated into the social structure. It has been revealed that the transformation of self-presentation spaces of young people in a digital society is largely the result of the convergence of the real and virtual worlds, the development of information technology tools and digital technologies, and a change in the sociocultural paradigm. Using the methods of non-involved (external) observation, secondary analysis of sociological research data and a pilot online survey (questionnaire), a conclusion was made about the prospects for the development of the blogosphere as a discursive platform for self-presentation of young people.

Keywords: youth, self-presentation space of youth, blogosphere, global Internet, Internet environment, social networks, social structure, digital society, sociocultural paradigm.

Literature

1. Parsons T. System of modern society. M., 1988. P. 15-20.
2. Stefanova N.A., Evsukova A.A. The development of the digital space in Russia, taking into account the sanctions of 2022 [Electronic resource] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-digital-prostranstva-rossii-s-uchetom-sanktsiy-2022-goda> (date of access: 23.12.2021).
3. All-Russian Center for the Study of Public Opinion "VCIOM" [Electronic resource]. – URL: <http://wciom.ru/> (date of access: 31.01.2023).
4. Grabelnykh T.I. Global and regional impacts on modern societies: new social transformations / T.I. Grabelnykh, N.A. Sablina, V.V. Zyryanov // Sociological research. – 2022. – No. 4. – P. 152-154. DOI: 10.31857/S013216250018918-2.

Authors

Grabelnykh Tatiana Ivanovna, Head of the Department, Irkutsk State University, Institute of Social Sciences, Department of Social Philosophy and Sociology, Doctor of Sociology, Professor.

E-mail: tagr@bk.ru

Bagriy Ekaterina Ivanovna, Senior Lecturer, Irkutsk State University, Institute of Social Sciences, Department of Social Philosophy and Sociology, Candidate of Sociology.

E-mail: ekaterina.bagriy@yandex.ru

Mokhryakova Evgenia Aleksandrovna, Graduate of the Institute of Social Sciences of the Irkutsk State University with a degree in Sociology.

E-mail: mohryakova99@mail.ru

КУЛЬТУРА МОЛОДЫХ ГОРОДОВ КАК РЕЗУЛЬТАТ ПОЛИКУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ)

DOI: 10.26907/2079-5912.2023.1.21-24

Аннотация. В статье автор анализирует сложившуюся на сегодняшний день материальную и духовную культуру города Набережные Челны как результат поликультурного взаимодействия. Автор отмечает, что город Набережные Челны построен в строгом соответствии с концепцией социалистического города, разработанной в 20-30-е гг. группой советских архитекторов во главе с Милютиним Н.А. По его мнению, современный анализ концепции социалистического города осуществлен преимущественно с позиции архитектуры и социально-экономических отношений градообразующих предприятий и собственно городских поселений. Целью настоящей работы является рассмотрение культуры города Набережные Челны как результата поликультурного взаимодействия различных социально-экономических аспектов. Автор выделяет следующие аспекты культурного взаимодействия, определившие в итоге культуру Набережных Челнов: взаимодействие городской и сельской культуры; взаимодействие русской и татарской культуры; взаимодействие православной и мусульманской культуры; взаимодействие советской и западной культуры.

Ключевые слова: культура, материальная культура, духовная культура, молодой город, концепция социалистического города, взаимодействие культур.

Постановка проблемы. В современной обществоведческой литературе имеется более 500 определений термина «культура». В широком смысле слова термин «культура» может быть определен, как все созданное человечеством, как антипод термина «природа». Применительно к нашей статье наиболее уместно более узкое определение, культура как совокупность духовных ценностей и норм, присущих большой социальной группе, общности, народу или нации. При этом необходимо согласиться с мнением Тарасовой М.В., которая выделяет религиозную, научную, техническую, политическую, экономическую, физическую, правовую и художественную сферы культуры [1, С. 136].

Одним из оснований классификации термина «культура» является различение культуры на городскую и сельскую. Собственно, появление городов является одним из важнейших признаков цивилизации. Именно город на заре цивилизации стал центром такого административно-политического образования как государство. Именно город стал центром развития ремесла и торговли и в дальнейшем способствовал переходу от традиционного общества к обществу индустриальному, а затем и постиндустриальному. Городская культура базируется на концентрации

значительного количества жителей на ограниченном территориальном пространстве. При этом в отличие от села отношения горожан друг с другом в значительной степени носят безличный характер, то есть жители друг с другом не знакомы. С другой стороны, городская культура предполагает гораздо больший, чем в селе, спектр профессиональных различий. Именно это обстоятельство объективно повышает значимость отдельно взятой личности, поскольку профессиональные различия повышают зависимость людей друг от друга. В тоже время характерная для городской культуры безличность отношений снижает традиционный в селе социальный контроль над поведением отдельно взятой личности. В силу этого в городе изначально выше уровень различного рода девиаций.

В настоящей статье мы рассмотрим феномен городской культуры так называемых «молодых городов», типичным представителем которого являются Набережные Челны.

Термин «молодой город» был широко распространен в советской обществоведческой литературе в 70-80-е гг. Он применялся в основном к послевоенному поколению городов, возникших либо на пустом месте (Нижнекамск), либо по соседству с уже имеющимися небольшими горо-

дами (Тольятти, Набережные Челны). Проблема молодых городов активно обсуждалась в работах Ахиезера А.С., Когана Л.Б., Яницкого О.Н. [2], Глазычева В.Л. [3], Зайончковской Ж.А. [4], Орловой Э.А. [5]. В настоящее время термин «молодой город» из научного оборота практически выпал, поскольку в постсоветский период строительство новых городов в России по существу прекратилось. Исключение может составить разве что город Иннополис под Казанью. Но тем не менее изучение особенностей культуры городов, созданных в СССР в 60-70-е гг., представляет немалый теоретический и практический интерес.

Молодые города в СССР строились в соответствии с концепцией социалистического города, разработанной в 20-30-гг. XX века группой ученых под руководством Милютина Н.А. [6]. Концепция социалистического города предполагала введение понятия «градообразующее предприятие», которое должно было стать центральным звеном в связке «промышленная зона» - «жилая зона». Городское поселение рассматривалось авторами данной концепции как некий социально-бытовой придаток к градообразующему предприятию. По замыслу Милютина Н.А. и его коллег каждое крупное предприятие должно было иметь компактно расположенное поселение, где живут работники данного предприятия. Если в городе было несколько градообразующих предприятий, то тогда он приобретал форму конгломерата поселков, достаточно слабо связанных друг с другом. Градообразующее предприятие при этом было обязано осуществлять, помимо собственно производства, еще и ряд социальных функций (строительство по своему титулу жилья для персонала, содержание ЖКХ, детских садов и т.д.). В конечном итоге реализация концепции социалистического города обусловила тотальную неразвитость социальной сферы в советских молодых городах.

В современное время история концепции социалистического города детально изучена в работах Мееровича М.Г. [7], [8], Вишневого А.Г. [9], Грузы И. [10]. Однако эти исследователи рассматривают концепцию социалистического города преимущественно с позиции архитектуры и социально-экономических отношений градообразующих предприятий и собственно городских поселений.

Вместе с тем до настоящего времени не получил должного анализа феномен культуры молодых городов, типичным представителем которых выступают Набережные Челны, как культуры синтетической, порожденной несколькими аспектами межкультурного взаимодействия.

Целью настоящего исследования является рассмотрение культуры города Набережные Челны как результата поликультурного взаимодействия различных социально-экономических аспектов.

Основные результаты исследования. Город Набережные Челны в его современном виде начал становление в конце 60-х гг. в связи со строительством КАМАЗа. Он создавался близ небольшого районного центра с одноименным названием. Население районного центра составляло лишь 3 % от итоговой численности созданного города, но тем не менее нельзя утверждать, что коренные жители никак не повлияли на культуру молодого города. Напротив, именно коренные жители Набережных Челнов способствовали формированию исторической преемственности челнинской культуры, развитию краеведческой деятельности в городе.

Ключевой тезис нашей статьи состоит в том, что культура современного города Набережные Челны является синтетическим продуктом целого ряда культурных взаимодействий. Обозначим эти взаимодействия более подробно.

Одним из факторов, обусловивших принятие решения о строительстве крупнейшего в СССР завода по производству большегрузных автомобилей именно в Набережных Челнах, было наличие в регионе Нижнего Прикамья рынка свободной рабочей силы. То есть изначально предполагалось, что значительную роль в строительстве и последующем функционировании крупного завода будут играть жители сел, окружающих Набережные Челны. Помимо этого, широкомасштабное жилищное строительство по титулу КАМАЗа, не имевшее прецедентов в тогдашнем СССР, стимулировало переезд в Набережные Челны многочисленных мигрантов со всех регионов страны. Причем, многие мигранты, приехавшие из других регионов, также были выходцами из сел и небольших поселков. Таким образом, жители сел и поселков оказались доминирующей частью населения города Набережные Челны, что обусловило в известной степени маргинальный характер культуры этого молодого города, где жители в значительной степени оторвались от традиционной сельской культуры, но не стали еще носителями культуры городской. Формированию городской культуры новоиспеченных горожан препятствовали развитые на тот момент земляческие связи, неформальные контакты в первую очередь поддерживались с земляками и родственниками – представителями малой родины. Кроме того, близость малой родины способствовала частым поездкам в родные деревни. Таким образом, культура Набережных Челнов – это в значительной степени продукт взаимодействия городской и сельской культуры.

Второй аспект культурного взаимодействия, обусловивший особенности современной городской культуры Набережных Челнов, это взаимодействие русской и татарской культуры. На первом этапе строительства КАМАЗа (приблизительно до конца 70-х гг.) русские преобладали в национальной структуре городского населения, однако уже в 80-е гг. наблюдается выравнивание численности русских

и татар. Трудности первого этапа этого аспекта культурного взаимодействия состояли в том, что в отличие от Казани значительная часть как русских, приехавших в город, так и татар не имели опыта межнационального взаимодействия. Тем не менее это не вызвало какой-либо выраженной межнациональной напряженности. Исключение составляет краткий период рубежа 80-х-начала 90-х гг., когда среди определенной части татарской молодежи активизировались идеи татарстанского суверенитета, однако эти настроения захватили небольшую часть населения и не оказали существенного влияния на межнациональные отношения в целом. Второй этап межнационального напряжения был связан с обязательным изучением татарского языка всеми школьниками независимо от национальности. Однако этот конфликт был сугубо вертикальным и реализовывался по линии «население – власть», не затрагивая межличностные отношения рядовых жителей города.

Третий аспект, обусловивший особенности современной культуры Набережных Челнов, это взаимодействие православной (христианской) и мусульманской культур. Этот тип взаимодействия стал актуальным уже в постсоветский период, когда в городе началось активное строительство церквей и мечетей. В 90-е гг. здесь тоже не обошлось без трудностей. Скажем, известен факт, когда радикально настроенные мусульмане (преимущественно пожилые) пытались воспрепятствовать началу строительства православной церкви в Новом городе. Однако и здесь противоречия носили сугубо локальный характер. В конечном итоге, культура современных Набережных Челнов сформировала устойчивую религиозную толерантность. В сегодняшних условиях широко распространена практика, когда русские поздравляют своих знакомых мусульман с важнейшими исламскими праздниками, а татары поздравляют православных с Пасхой и Рождеством. Безусловно, этому способствуют широко распространенные в городе межнациональные браки.

Четвертый тип межкультурного взаимодействия, обусловивший современную городскую культуру Набережных Челнов – это взаимодействие советской и западной культур. Как известно, советское общество было сугубо закрытым обществом, и проникновение элементов западной культуры всячески пресекалось. Но здесь практика

строительства КАМАЗа и города оказалась существенным исключением из общей идеологической и культурной политики, характерной для периода социализма. Гигантский проект строительство КАМАЗа на тот момент не мог быть реализован без широкомасштабного сотрудничества с ведущими западными машиностроительными корпорациями. Ключевое оборудование для будущего автогиганта поставлялось корпорациями США, Германии, Франции, Японии и многих других западных стран. Монтаж и наладка этого оборудования осуществлялся с помощью сотен иностранных специалистов, многие из которых жили в Набережных Челнах длительное время. Тысячи будущих камазовцев прошли часто длительные стажировки на западных корпорациях. Все это пробивало существенные бреши в традиционной для того времени политике «железного занавеса». Проживая длительно за границей, советские специалисты-камазовцы осваивали не только оборудование и технологии. Они видели западную культуру производства, уровень жизни простых западных рабочих, обеспеченность западного общества продуктами питания и непродовольственными товарами. Характерно, что в 70-80-х гг. в общественном сознании жителей Набережных Челнов отсутствовало ощущение своей провинциальности, напротив, челнинцы ощущали себя жителями передового советского города. Распространенность в советское время контактов с Западом обусловили менее болезненное вхождение жителей города Набережные Челны в рыночную культуру, уже в начале 90-х в городе стало активно развиваться предпринимательство. При этом ключевую роль в становлении челнинского предпринимательства сыграли выходцы с КАМАЗа.

Основные выводы из данного исследования и перспективы дальнейших исследований. Таким образом, необходимо констатировать, что современная культура Набережных Челнов как собственно городская культура еще находится в процессе своего формирования и является результатом многих аспектов межкультурного взаимодействия. Процесс дальнейшего изучения формирования культуры города Набережные Челны представляется нам очевидно актуальным, в том числе, в свете внешнеполитических и внутреннеполитических изменений, протекающих в стране в последнее время.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Тарасова М.В. Культура как система: основные тенденции исследования // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2011. – № 7. – С. 136-143.
2. Ахиезер А.С., Коган Л.Б., Яницкий О.Н. Урбанизация, общество и научно-техническая революция // Вопросы философии. – 1969. – № 2. – С. 44.
3. Глазычев В.А. От сельской культуры к урбанизации // Культура в советском обществе. – М.: НИИ культуры, 1988. – С. 42-49.

4. Зайончковская Ж.А. Новоселы в городах. – М.: Статистика, 1972. – 174 с;
5. Орлова Э.А. Современная городская культура и человек. – М.: Наука, 1987. – 193 с.
6. Милютин Н.А. Проблемы строительства социалистических городов. – М-Л: Госиздат, 1930. – 81 с.
7. Меерович М. Г. Концепция социалистического города. Истоки и современное состояние // Вестник Иркутского Государственного технического университета. – 2004. – № 4 (20). – С. 95-98.
8. Меерович М.Г. Советские моногорода: история возникновения и специфика // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2018. – № 1. – С. 53-65.
9. Вишневецкий А.Г. На полпути к городскому обществу // Человек. – 1992. – № 1. – С.22.
10. Груза И. Теория города. – М.: Стройиздат, 1972. – 245 с.

Информация об авторе

Дырин Сергей Петрович, докт. социол. наук, профессор, Набережночелнинский государственный педагогический университет, кафедра истории и методики ее преподавания.

E-mail: sdyrin@yandex.ru

Dyrin S.P.

THE CULTURE OF YOUNG CITIES AS A RESULT OF MULTICULTURAL INTERACTION (ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF NABEREZHNYE CHELNY)

Abstract. In the article, the author analyzes the material and spiritual culture of the city of Naberezhnye Chelny that has developed to date as a result of multicultural interaction. The author notes that the city of Naberezhnye Chelny was built in strict accordance with the concept of a socialist city developed in the 20-30s by a group of Soviet architects led by N.A. Milyutin. In his opinion, the modern analysis of the concept of a socialist city was carried out mainly from the perspective of architecture and socio-economic relations of the city-forming enterprises and urban settlements themselves. The purpose of this work is to consider the culture of the city of Naberezhnye Chelny as a result of multicultural interaction of various socio-economic aspects. The author identifies the following aspects of cultural interaction that ultimately determined the culture of Naberezhnye Chelny: interaction of urban and rural culture; interaction of Russian and Tatar culture; interaction of Orthodox and Muslim culture; interaction of Soviet and Western culture

Keywords: culture, material culture, spiritual culture, young city, the concept of a socialist city, interaction of cultures

Literature

1. Tarasova M.V. Culture as a system: main research trends // Bulletin of Orenburg State University. – 2011. – No. 7. – Pp. 136-143.
2. Akhiezer A.S., Kogan L.B., Yanitsky O.N. Urbanization, society and the scientific and technological revolution // Questions of philosophy. – 1969. – N 2. – P.44.
3. Glazychev V.L. From rural culture to urbanization // Culture in Soviet society. – М.: Research Institute of Culture, 1988. – Pp. 42-49.
4. Zayonchkovskaya Zh.A. New settlers in cities. – М.: Statistics, 1972. – 174 p.;
5. Orlova E.A. Modern urban culture and man. – Moscow: Nauka, 1987. – 193 p.
6. Milyutin N.A. Problems of building socialist cities. – М-Л: Gosizdat, 1930. – 81 p.
7. Meerovich M. G. The concept of a socialist city. Origins and current state // Bulletin of Irkutsk State Technical University. – N 4 (20). 2004. – Pp. 95-98.
8. Meerovich M.G. Soviet single-industry towns: history of origin and specifics // Bulletin of Kemerovo State University. – 2018. – No. 1. – Pp. 53-65.
9. Vishnevsky A.G. Halfway to the city society // Man. – 1992. – N 1. – P. 22.
10. Gruza I. Theory of the city. – М.: Stroyizdat, 1972. – 245 p.

Author

Dyrin Sergey Petrovich, doct. Social Sciences, Professor, Naberezhnye Chelny State Pedagogical University, Department of History and Methods of its Teaching.

E-mail: sdyrin@yandex.ru

СТУДЕНТЫ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КЛАССА В РОССИИ

DOI: 10.26907/2079-5912.2023.1.25-30

Аннотация. В статье исследован процесс формирования интеллектуального класса в информационном обществе, особенности его зарождения и воспроизводства в России. Проведен анализ работ зарубежных и отечественных социологов, посвященных проблеме идентификации интеллектуального класса, на основе которого построена его структурная модель. В качестве основных критериев предложены: ориентация на получение качественного образования, готовность к производительному интеллектуальному труду, способность к новым идеям, самоорганизация в команды, ориентация на инновационное предпринимательство. Данные критерии применены к современным студентам вузов, чтобы выявить степень их соответствия классу интеллектуалов. Обобщение результатов авторского социологического исследования позволило констатировать: основные качества, определяющие интеллектуальный класс, формируются у разных категорий студентов с различной интенсивностью. Отсутствие практически полезных результатов от интеллектуальной деятельности снижает мотивацию студентов к осуществлению инновационной активности.

Ключевые слова: интеллектуальный класс, система высшего образования, студенты вузов как интеллектуальная элита.

В современном обществе под воздействием происходящих процессов информатизации общества, цифровизации экономической сферы, внедрения новых технологий во все сферы жизнедеятельности меняются не только тип мышления, способы общения, но и индивидуально-групповые статусы в социальной структуре. Важнейшими ресурсами выступают информация и знания. Умение пользоваться ими становится определяющим основанием для новой социально-статусной стратификации россиян. В социальной структуре информационного общества появляется группа, которая в разных источниках обозначается как «когнитариат», «люди знания», «креативный класс», «класс интеллектуалов». Структуру и социальные функции нового субъекта исследовали западные социологи Д. Белл [1], З. Бауман [2], С. Фуллер [3], Р. Флорида [4] и др.

Важным аспектом исследования нового субъекта является анализ социальной базы его формирования. Потенциальным резервом «когнитариата» среди прочих социальных групп ученые называют студентов высших учебных заведений. Динамичность современной жизни, активное распространение инноваций, внедрение новых технологий требуют от студенческой молодежи не только амбици-

озности и компетентности, но и наличия высокого уровня образования, критического мышления, готовности к постоянному развитию. *Цель нашей статьи:* проанализировать, в какой мере российские студенты высших учебных заведений являются потенциальным источником формирования класса интеллектуалов.

Интерес к вопросам формирования интеллектуального класса, его структуры начал формироваться во второй половине XX века, при переходе к постиндустриальному обществу. Большинство исследователей определяли интеллектуальный класс как социальную общность людей, воплощающих в себе знания и информацию о производственных процессах и механизме общественного прогресса в целом. Главными отличительными признаками нового класса признавались информация и передовые знания, которыми обладали специалисты разных отраслей.

Д. Белл рассматривал в качестве новых элит постиндустриального общества ученых и технических специалистов, обладающих большим объемом знаний и технологий. По мнению Д. Белла, знание является общим достоянием, с его помощью снижаются имущественные барьеры, появляются новые механизмы социальной динамики. Со-

гласно концепции З. Баумана, интеллектуалы обладают созидательным мировоззрением, фундаментом которого выступает образование. С. Фуллер отмечает такие важные качества интеллектуалов как ориентация на продвижение идей, стремление к импровизации, самостоятельное мышление.

Р. Флорида выделил в качестве определяющего качества интеллектуалов креативность. В его определении данного класса акцент ставится на способах самоорганизации продвинутых индивидов в социальные группы, на общей идентичности вокруг прорывной социально-экономической функции. «Креативный класс состоит из людей, производящих экономические ценности в процессе творческой деятельности... в него входит великое множество работников интеллектуального труда, символических аналитиков, а также лиц свободных профессий и технических специалистов, но принципом объединения служит их реальная роль в экономике» [4, с. 85]. Ричард Флорида выделяет такие значимые для креативного класса качества как индивидуальность, успешность, разнообразие, открытость. Происходит переход от ценностей «выживания» к ценностям «самовыражения».

В условиях модернизации российского общества появились работы отечественных социологов, адаптирующих критерии интеллектуального класса к социальным и территориальным условиям России. Иноземцев В.А. считает, что в отечественной социологии пока не сформировалось четкого определения интеллектуального класса, поскольку он сам находится на начальной стадии зарождения. К характерным особенностям класса интеллектуалов он относит следующие индикаторы: 1) высокие стандарты образования, когда образовательный уровень интеллектуалов превосходит аналогичный показатель средних работников; 2) независимость интеллектуалов от остальных социальных слоев, самостоятельное создание средств производства; 3) мобильность, основанная на обладании различными видами капиталов, среди которых материальные ценности уступают культурному, человеческому капиталам. Аккумулируя совокупность выделенных признаков, Иноземцев В.А. определяет класс интеллектуалов как совокупность работников, «которые обладают неотчуждаемой собственностью на информацию и знания, являются равными партнерами собственников средств производства, не эксплуатируемы как класс; их деятельность мотивирована качественно новым образом, причем все эти признаки в известной мере оказываются наследуемыми» [5, с. 71].

Фадеева И.М. и Федосеева М.В. рассматривают интеллектуальный класс как динамично изменяющееся и гибкое сообщество индивидов, объединенных различными социальными и коммуникационными практиками, которое связано с ключевым понятием «интеллектуал». Обобщая

различные подходы, они определяют интеллектуала, как «носителя качественно нового общенаучного, научно-инженерного или гуманитарного знания, способного осуществлять профессиональную и социальную деятельность в условиях неопределенности, обладающего критическим и творческим мышлением, независимой гражданской позицией и способного к оригинальному системному и междисциплинарному решению задач, предпринимательскому поведению» [6, с. 315]. Исследователи отмечают, что для представителей интеллектуального класса важно материальное благосостояние для обеспечения индивидуального благополучия. Интеллектуалы высоко оценивают престиж выбранной профессии и деятельности, но, в отличие от интеллигенции, для них важен профессионализм без акцентирования внимания на морально-нравственных аспектах труда. Вектор их деятельности ориентирован на интеллектуально-предпринимательскую миссию. Социологи отмечают тенденцию «снижения солидарности внутри интеллектуального сообщества в виду индивидуализации общества в целом» [6, с. 318].

Горчицкая Е.А. наделяет интеллектуалов признаком референтности, на чьи ценности ориентируются другие социальные группы. Исходя из отношений к ценностям и традициям, она выделяет интеллектуалов – носителей традиций, скрепляющих, стабилизирующих общество и инновационных интеллектуалов, включающих в себя наиболее активные, пассионарные элементы населения [7].

В России процессы формирования интеллектуального класса сталкиваются с проблемой нехватки квалифицированных и наделенных способностью к оригинальному мышлению молодых кадров. В качестве основных проблем молодых специалистов Андреев А.А. называет «узкий культурный кругозор, недостаточный запас знаний, неглубокое восприятие как современности, так и истории, клишированность восприятия и, как следствие, дефицит оригинальных мыслей и слабость продуктивного воображения» [8, с. 325].

Обобщая идеи зарубежных и отечественных социологов, мы выделили критерии и показатели интеллектуального класса для дальнейшего эмпирического исследования. Главные функции интеллектуального класса – это производство и распространение новых знаний; осуществление интеллектуального прорыва в обществе на идеях, продуцируемых в профессиональной среде; укрепление партнерских связей с субъектами бизнеса, науки, политики. Основными критериями принадлежности к интеллектуальному классу являются: а) причастность к качественному образованию, уровень которого значительно выше характерного в определенный исторический момент для большинства граждан; б) способность к интеллектуальному творчеству, умение использовать свои знания для выработки оригиналь-

ного и нового продукта в сфере умственной деятельности; в) групповая организованность как способ взаимодействия и предпринимательства не ради выживания, а для выражения идей; г) высокая социальная мобильность на основе неотчуждаемой интеллектуальной собственности, партнерства с собственниками на средства производства.

Используя структурный подход при рассмотрении интеллектуального класса, принципы единства и целостности составляющих его компонентов, мы разработали модель идентификации нового социального субъекта. В каждом структурном блоке мы выделили значимые качества, функции, признаки идентификации, определяющие и выделяющие интеллектуальный класс среди других социальных групп (рисунок 1).

В эпоху трансформационных перемен приобретает особую актуальность воспроизводство и пополнение интеллектуального класса наиболее талантливыми, самостоятельными, обладающими высокими интеллектуальными способностями представителями молодого поколения, в частности, из среды студентов высших учебных заведений. Исследователи, занимающиеся социологией молодежи, отмечают, что именно в студенческом возрасте (от 18 до 24 лет) осуществляется формирование основных жизненных ценностей, профессиональных компетенций и ориентаций. Для реализации цели мы провели авторское социологическое исследование среди студентов вузов разных профилей «Групповая солидарность и профессиональные установки студентов вузов» (2022г.). Выборочная совокупность анкетного опроса представлена студентами высших учебных заведений Ульяновской области от 17 до 24 лет, объем составил 600 человек.

В качестве индикаторов соответствия студентов вузов характеристикам интеллектуального класса мы выделили следующие показатели: ориентация студентов на получение качественного образования; готовность к интеллектуальному труду и новым идеям; самоорганизация в команды, готовность к предпринимательству. Рассмотрим их состояние на основе результатов анкетного опроса.

Ориентация студентов на получение качественного образования. Нацеленность студентов вузов на высокое качественное образование как идеал их профессионального становления характерна для многих, но не для всех: в среднем чуть более половины опрошенных студентов (54%) убеждены, что учебная активность ради качественных знаний – это главная форма активности в стенах вуза. Остальные отдают предпочтение разным сочетаниям трудовой, спортивной, художественной, социально-политической, волонтерской активностей. Приоритет учебе чаще других студентов отдают бакалавры естественно-научного, информационно-технологического профилей (63%), а также студенты-магистранты всех профилей и специальностей (65%).

Качество профессиональной подготовки усиливает выполнение индивидуальных практических задач, так считают 70% студентов вузов; особый интерес к этой форме учебной деятельности проявляют отличники и те студенты, которые не имеют опыта трудовой занятости. По мнению большинства студентов разных профилей, еще более повышают качество образования «решения кейсов и исследования в составе команд» (76%). Внимания заслуживает следующая выявленная нами закономерность: чем сильнее студенты реализуют самые разные коммуникативные

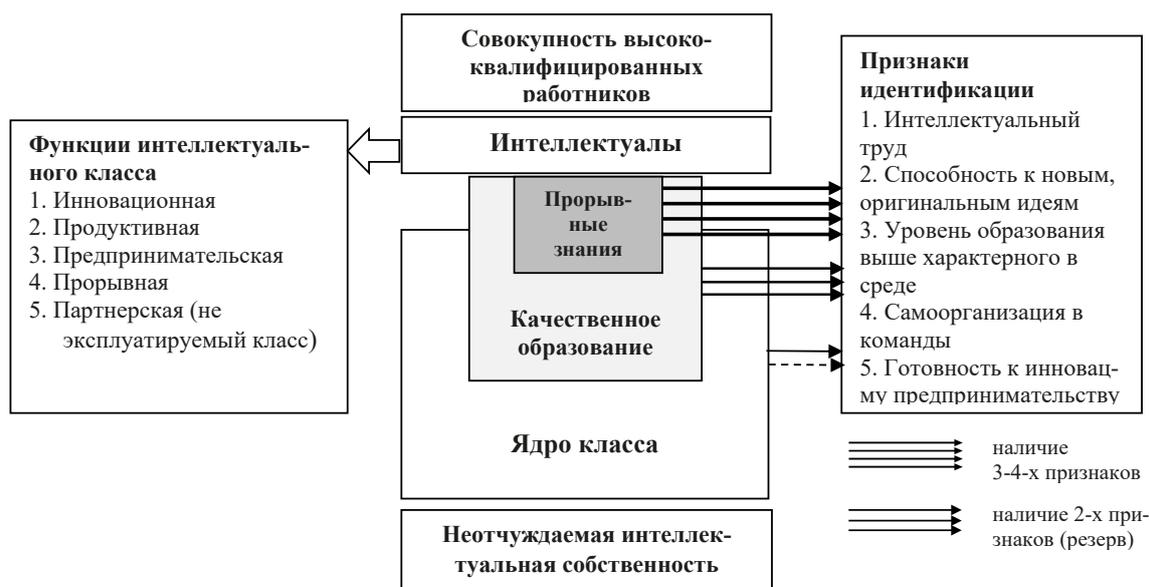


Рисунок 1. Структурная модель интеллектуального класса: разработано авторами

интересы в вузе, тем чаще они готовы коллективно выполнять творческие задания и исследования по профессии (82%). Это означает, что усилия организаторов учебного процесса и преподавателей должны быть направлены на разработку для студентов исследовательских технологий, алгоритмов реализации коллективных проектов.

Готовность студентов к интеллектуальному труду и новым идеям.

Готовность студентов вузов к интеллектуальному труду, продуцированию новых идей формируется на основе дополнения к качественной учебной деятельности – научной работы. По результатам опроса, регулярно занимаются научной работой 30% студентов вузов. Данный показатель свидетельствует о том, что большая часть студенческой молодежи не включена в регулярные формы НИРС. При этом сравнение с исследованием в ульяновских вузах 10-ти летней давности свидетельствует о положительной динамике: в начале 2-го десятилетия XXI века доля молодых исследователей из числа студентов вузов, регулярно занимавшихся наукой, составляла 10% [9, с. 65].

Практики регулярной научной работы чаще осуществляют студенты медицинского, информационно-технологического профилей (40-42%); на этих направлениях в 1,5-2 раза чаще используются формы регулярных научных связей студентов и наставников: научные семинары (42%), лаборатории (28%), проектные коллективы (20%); на других направлениях в данных формах НИРС задействовано всего 12-17% студентов. Указанные формы более эффективны в приобщении студентов к продуцированию новых идей, чем традиционные конференции, выставки, олимпиады. Причины, препятствующие эффективной научной работе студентов, те же, что и 10 лет назад: нехватка времени, занятость в других сферах (47%, чаще других на это ссылаются студенты технических профессий); отсутствие интереса к научным исследованиям (41%). К ним следует добавить дисбаланс личностных качеств студентов, которые формируют современные вузы. По мнению студентов, в их профессиональной культуре востребованы трудолюбие (53%), амбициозность (49%), целеустремленность (33%); качества, отвечающие за новые, оригинальные идеи, пользуются низким спросом – инициативность (5%), критическое мышление (6%), высокий интеллект (7%), креативность (15%).

Интересная закономерность выявлена в ответах студентов с разной успеваемостью: отличники и хорошисты в 1,5 раза чаще используют такие качества как целеустремленность, увлеченность, заинтересованность; троечники и отстающие студенты чаще отмечают необходимость таких качеств как креативность, инициатива и трудолюбие.

Самоорганизация в команды, готовность к предпринимательству.

С целью определения у студентов готовности к самоорганизации в команды мы задали вопрос: «Как ты относишься к коллективной работе во время занятий?». Большинство опрошенных студентов вузов выступили с ситуативной позицией: когда им комфортно работать в команде, то принимают коллективные методы; в других случаях реализуют кейсы самостоятельно (66%). Крайние позиции заняли студенты-коллективисты (24%) и индивидуалисты (10%). Индивидуалистическая направленность ярче проявляется у отстающих студентов (41%). В отличие от них, почти половина успешных студентов склоняется к командной работе (48%).

Студенческая молодежь проявляет высокую коммуникативную активность в разных сферах: более 70% опрошенных студентов являются активными участниками от 2-х до 5-ти социальных сетей и различных Интернет-сообществ; чаще проявляют активность в цифровой среде студенты младших курсов и девушки – 76-77%. Более половины студентов относятся позитивно к участию в гражданских ассоциациях и объединениях. Однако участие студентов в командах интеллектуально-профессиональной сферы не отличается высокими масштабами: в коллективах по выполнению исследовательских проектов занято лишь 12% студентов вузов, в творческих профессиональных объединениях учебного заведения и региона – 7%. Командное участие студентов младших курсов разных профилей отличается большей активностью (18%); по мере обучения оно снижается (до 8%). Данная тенденция показывает, что с возрастом студенты вовлекаются в иные сферы, не связанные с интеллектуальной командной работой.

Треть студентов вузов (32%) видит смысл получения высшего образования в дальнейшем открытии своего дела. Интерес к предпринимательству активнее проявляют студенты ИТ-специальностей, магистры разных направлений, а также выходцы из малообеспеченных семей (40-42%); значительно ниже данный интерес у будущих инженеров, студентов-отличников и выходцев из состоятельных семей (22-23%). При этом необходимые компетенции в вузе приобретает небольшая часть студентов: по данным опроса, знания для открытия собственного дела в своей профессии приобрели 5% студентов; навыки создания стартапа – 12% опрошенных студентов. Интересно, что более продвинутыми в этой сфере являются отстающие в учебе студенты: среди них осведомленных об открытии своего дела – 24%, а среди отличников – только 5%.

Итак, разные качества, определяющие интеллектуальный класс, формируются у студентов высших учебных заведений с различной интенсивностью. На высокое качественное образование в профессиональной сфере

ориентирована половина студентов; треть нацелена на предпринимательство и производство новых идей в интеллектуальной сфере; реальный опыт работы в командах, создания стартапов и выполнения проектов демонстрирует шестая часть студентов вузов. Обобщение полученных данных и проведение многофакторного анализа позволили нам прийти к выводу, что четвертая часть студенческой молодежи располагает тремя-четырьмя признаками интеллектуального класса, что соответствует ядру нового социального субъекта. Еще столько же студентов находятся в резерве класса «интеллектуалов», т.е. обладают двумя признаками.

Проблема состоит в том, что установка на качественное образование у современных студентов сопрягается с низкой готовностью к научной деятельности, инновационному предпринимательству. Уровень готовности студентов

к интеллектуальному труду и новым идеям в процессе получения высшего образования повысят следующие формы образовательно-исследовательской деятельности: совместное решение отраслевых, региональных проблем в командных проектах; создание междисциплинарных объединений, лабораторий в вузах и населенных пунктах для реализации предпринимательской активности студентов; организация мастер-классов от молодых ученых, предпринимателей для увеличения среди студентов сегмента «инициативных, критически и креативно мыслящих» интеллектуалов.

Необходимо переходить от поддержки отдельных одаренных личностей к политике командного конструирования, поддержки регулярных форм интеллектуального общения.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. – М.: Academia, 2004. – 788 с.
2. Бауман З. Законодатели и толкователи: Культура как идеология интеллектуалов [Электронный ресурс] // Неприкосновенный запас. – 2003. – № 1 (27). – URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2003/1/baum.html>
3. Фуллер С. Социология интеллектуальной жизни: карьера ума внутри и вне академии. – М.: Издательский дом «Дело», 2018. – 381 с.
4. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2007. – 421 с.
5. Иноземцев В. Л. «Класс интеллектуалов» в постиндустриальном обществе // Социологические исследования. – 2000. – №6. – С. 67-77.
6. Фадеева И.М., Федосеева М.В. Интеллектуальный класс: новые контуры идентичности и функциональности (социологический аспект) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. – 2020. – №4 (841). – С. 310-326.
7. Горчицкая Е.А. Интеллектуальная элита с позиций философии: структура и функции // Вестник ОмГУ. – 2011. – №4. – С. 207-210.
8. Андреев А.Л. Интеллектуальные среды: концептуальная перспектива глазами социолога // Вестник Российской академии наук. – 2015. – Т. 85. – № 4. – С. 321-328.
9. Шиняева О.В., Акманаева Д.Х. Научная активность студентов высших учебных заведений как фактор формирования профессиональной культуры // Образование и общество. – 2011. – №4. – С. 61-68.

Информация об авторах

Емелин Дмитрий Владимирович, аспирант, Ульяновский государственный технический университет, гуманитарный факультет, кафедра «Политология, социология и связи с общественностью».

E-mail: don.de82@yandex.ru

Шиняева Ольга Викторовна, профессор, доктор социологических наук, Ульяновский государственный технический университет, профессор кафедры «Политология, социология и связи с общественностью».

E-mail: olses@rambler.ru

STUDENTS OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS AS THE BASIS FOR THE FORMATION OF AN INTELLECTUAL CLASS IN RUSSIA

Abstract. The article examines the process of formation of the intellectual class in the information society, the peculiarities of its origin and reproduction in Russia. The analysis of the works of foreign and domestic sociologists devoted to the problem of identification of the intellectual class, on the basis of which its structural model is built, is carried out. The main criteria proposed are: orientation to quality education, readiness for productive intellectual work, ability to new ideas, self-organization in teams, orientation to innovative entrepreneurship. These criteria are applied to modern university students to identify the degree of their compliance with the class of intellectuals. Summarizing the results of the author's sociological research allowed us to state: the main qualities that determine the intellectual class are formed in different categories of students with different intensity. The absence of practically useful results from intellectual activity reduces motivation.

Keywords: intellectual class, higher education system, university students as an intellectual elite.

Literature

1. Bell D. The coming post-industrial society. Experience of social forecasting/Translated from English. 2nd edition, ispr. and additional. – M.: Academia, 2004. – 788 p.
2. Bauman Z. Legislators and interpreters: Culture as an ideology of intellectuals [Electronic resource] // Inviolable reserve. 2003. № 1 (27). URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2003/1/baum.html>
3. Fuller S. Sociology of intellectual life: the career of the mind inside and outside the Academy. – M.: Publishing House "Delo", 2018. – 381 p.
4. Florida R. Creative class: people who are changing the future. – M.: Publishing house "Classics-XX1", 2007. – 421 p.
5. Inozemtsev V. L. "Class of intellectuals" in post-industrial society. // Sociological research. – 2000. – № 6. – P. 67-77.
6. Fadeeva I. M., Fedoseeva M. V. Intellectual class: new contours of identity and functionality (sociological aspect) // Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Social sciences. – 2020. – №4 (841). – P. 310-326.
7. Gorchitskaya E. A. Intellectual elite from the standpoint of philosophy: structure and functions // Bulletin of OmSU. – 2011. – № 4. – P. 207-210.
8. Andreev A. L. Intellectual environments: conceptual perspective through the eyes of a sociologist / A. L. Andreev // Bulletin of the Russian Academy of Sciences. – 2015. – Vol. 85. – № 4. – P. 321-328.
9. Shinyaeva O.V., Akmanaeva D.H. Scientific activity of students of higher educational institutions as a factor in the formation of professional culture // Education and society. – 2011. – № 4. – P. 61-68.

Authors

Emelin Dmitry Vladimirovich, Postgraduate student, Ulyanovsk State Technical University, Faculty of Humanities, Department of Political Science, Sociology and Public Relations.

E-mail: don.de82@yandex.ru

Shinyaeva Olga Viktorovna, Professor, Doctor of Sociology, Ulyanovsk State Technical University, Professor of the Department of Political Science, Sociology and Public Relations.

E-mail: olses@rambler.ru

СОВРЕМЕННАЯ МОЛОДЕЖЬ КАК АКТОР КРЕАТИВНОГО КЛАССА

DOI: 10.26907/2079-5912.2023.1.31-35

Аннотация. Статья посвящена выявлению особенностей креативного класса, ценностных установок его представителей, а также сферы креативных индустрий в постиндустриальном обществе России. В исследовании акцентируется внимание на современной отрасли экономики, извлекающей прибыль путем продажи экономических благ, созданных в результате творческой и интеллектуальной деятельности. Креативный класс представляет собой людей новой формации, стремящихся не только к увеличению дохода, но и получению удовлетворения от рабочего процесса, а также созданию индивидуализированных товаров и услуг, способных конкурировать с массовыми и стандартными продуктами и приносить пользу обществу. Молодежь в том числе относится к креативному классу, она более пластична и толерантна по отношению к стремительно меняющейся социально-экономической конъюнктуре, что подчеркивает необходимость научных исследований в данной области.

Ключевые слова: молодежь, креативный класс, креативные индустрии, ценности креативного класса, постиндустриальное общество.

Введение. С середины XX века начался постепенный переход от индустриального общества к постиндустриальному, в котором возросла ценность инновационной деятельности, творческого подхода при создании экономических благ, для которых характерна широкая потребительская диверсификация. В обществе сформировался социальный слой людей, работающих в сфере услуг, нацеленных на максимальное удовлетворение человеческих потребностей, а также креативный класс, которому отводится задача продвижения инновационных идей, способных привести к модернизации общества. Вышеперечисленные группы людей выступают как агенты, которые комплементарны.

Основная часть. В эпоху потребления актуальным является размышление Э. Фромма о сущности обладания материальными благами. Имеются следующие виды собственности: функциональная – необходима для жизнедеятельности человека; нефункциональная (мертвая), подразумевающая собственность ради собственности, близкое по смыслу к демонстративному потреблению, а также приобретенные вещи под влиянием нерационального спроса [1] Второй вид потребления характеризует людей современности, поэтому бизнес нацелен как раз на предоставление широкого выбора товаров и услуг. По мнению

М. В. Савиной, «постиндустриальное общество – это общество, в экономике которого в результате ускорения внедрения достижений научно-технического прогресса ведущая роль переходит от производства к сфере услуг, масштабному проведению научных исследований и развитию системы образования. Его характерным признаком является то, что знания, информация и творчество все в большей степени превращаются в важнейший решающий стратегический ресурс социально-экономического развития, в его главную производительную силу» [2, с. 161]. По этой причине креативному классу отводится значительная роль в формировании современного общества.

Вместе с этим современная молодежь, к которой относятся люди от 15 до 35 лет, более эффективно внедряются в новое направление экономики, для которого на первое место выходит креативность, нестандартность, меньший акцент на материальном благополучии и карьеризме. Согласно понятию Р. Флориды, «креативный класс состоит из людей, производящих экономические ценности в процессе творческой деятельности» [3, с. 85]. В данном случае основным фактором является продажа результатов интеллектуального труда. Именно представители этого класса формируют повестку дня, задают тренды и занимаются внедрением инновационных идей. Особенностью креатив-

ного класса является то, что они способны всегда мыслить самостоятельно, а также находить нестандартные пути к решению различного спектра проблем. Автор теории выделяет суперкреативное ядро и «креативных специалистов». В первом случае в него включены ученые, писатели, дизайнеры, инженеры – все те, кто занимается созданием новых форм (изобретение теоремы, внедрение высоких технологий, проведение НИОКР, формирование общественного мнения и т. д.). Этих представителей можно назвать креативным центром современного производства. К «креативным специалистам» относятся те, кто работает в отраслях, основанных на знании, например финансисты, врачи, юристы, менеджеры. «Такого рода специалисты время от времени могут создавать методы и продукты, находящие широкое применение, однако это не входит в их основные профессиональные обязанности» [3, с. 86].

Креативность в современной экономике необходима для преодоления стандартизации, бюрократизации, которые влекут за собой застой в развитии технологий. Для эффективного решения задачи необходимо умение не только пользоваться доступными знаниями, но и способность критически рассматривать проблемы, подвергать сомнению устоявшиеся постулаты. Именно по этой причине современные компании стремятся нанимать людей, способных креативно мыслить. Креативные компании – самые технологичные, продвинутые с точки зрения используемых приемов операционной деятельности, маркетинговой политики. «Креативные компании обладают большим эстетическим потенциалом, для них важно не просто быть, но быть не такими как все, предлагать то, чего нет у конкурентов, предлагать особую эстетику продуктов. Как правило, креативные компании продают не просто товар, но и связанные с ним идентичности или ценности». [4, с. 2] Современные компании стремятся создать продукт, который будет индивидуален, в какой-то степени неповторим. Подобная потребительская монополия всегда будет востребована, даже в условиях кризисов эластичность спроса на них будет менее выраженной.

Для более глубокого понимания креативного класса необходимо обозначить их ценностные установки. В данном случае характерно смещение традиционных и современных ценностей. Для представителей данной группы людей важнее всего индивидуальный подход, отсутствие рамок со стороны работодателей, что позволяет полностью реализовывать свой творческий потенциал. В среде их деятельности превалирует принцип меритократии, для которого характерна оценка людей не по экономическому или социальному критериям, а по заслугам, интеллекту и способностям. Признаком востребованности их деятельности является поощрение со стороны представителей соответствующих профессий. В данном случае денеж-

ное вознаграждение не является ключевым показателем успешности, более важное значение имеет именно обратная реакция.

Индивиды, относящие себя к креативному классу, ценят разнообразие во всем, здесь затрагивается не только свобода творчества, но и атмосфера открытости, толерантности относительно расы, конфессиональной принадлежности и т. д. Как и упоминалось ранее, в данном случае внимание заостряется на интеллектуальных способностях и уровне образования.

Важно будет упомянуть про эффект «постдефицита», для которого характерно следующее: стремление людей к переходу на новый этап экономического социального развития обусловлен тем, что в современном мире, во всяком случае в развитых странах, акцент в жизнедеятельности человека смещается не в направлении заработка ради пропитания, а для работы в целях получения интеллектуального удовлетворения. В идейном смысле данное положение выразил Э. Фромм в своей работе «Искусство быть». Девиз собственнического способа существования («Я то, что я имею»). После прорыва (через свой эгоизм и нарциссизм) он превратится в «Я то, что я делаю» (в смысле неотчужденной деятельности) или просто в «Я то, что я есть».

В России и на Западе развитие креативного класса идет индифферентно. Для нашей страны это достаточно новое явление в связи с тем, что процесс адаптации прогрессивных ценностей продвигается довольно медленно. По словам Т. Д. Степановой, проанализировавшей теоретические работы по данной теме, «в отечественной научной литературе теория креативного класса обсуждается уже около 10 лет, тем не менее лишь немногие авторы обращались к изучению данной предметной области, что отчасти стало причиной того, что исследования уступают зарубежным с эмпирической точки зрения» [5, с. 155]. Одной из причин может быть отсутствие ценностной базы, так как для российского общества характерно демонстративное потребление, индивидуализм, желание получить дополнительные выгоды от социально значимой деятельности, что противоречит имманентному содержанию теории креативного класса. «Для креативного западного класса не свойственно увлечение потреблением, в то время как российское общество переживает пик показного потребления. Такое потребление становится важнейшей функцией социального бытия личности, и формирует социальный порядок, завязанный на гонку имиджей и потребительских практик. Креативный класс противостоит этой тенденции, поскольку уравнивает значимость потребления и производства как сфер человеческой самореализации» [4, с. 3]. К тому же для части населения, обладающей инструментами для преобразования экономики и политики, до сих пор актуальна социальная стратификация, изоля-

ционизм, что вынуждает прогрессивную молодежь искать возможности для реализации в интернет-пространстве, а в крайнем случае – прибегнуть к релокации.

Тем не менее в России присутствует довольно высокий уровень занятых в сфере креативных индустрий, которые представляют собой области экономики, получающие прибыль за счет интеллектуальной собственности, используемой для создания экономических благ. Например кинематограф, дизайн, компьютерные игры, музыка и т. д. По данным ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, «в 2019 году на представителей креативного класса приходилось 6,8% занятых людей в России. Непосредственно в креативных индустриях работали 2,7 млн человек (3,8% занятых в стране). Центрами концентрации специалистов данной области стали Москва, Московская область и Санкт-Петербург. Порядка 70% всех занятых в творческих профессиях приходится на долю десяти наиболее массовых. Среди них лидируют специалисты по рекламе и маркетингу (20%), а также разработчики программного обеспечения (15%)» [6].

В столице Республики Татарстан существует несколько площадок для реализации идей представителей творческого класса, например «Смена», «Штаб», «Фабрика Алафузова». У «Смены» имеется несколько проектов, которые позволяют развиваться в рамках литературной деятельности, кинематографа, искусства, в ней проводятся кинофестивали, книжные выставки, направленные на продуктивную коммуникацию, сотрудничество и генерацию различных идей в сфере креативных индустрий. «Штаб» представляет собой площадку, ориентированную на предоставление пространства, необходимого для приобретения полезных знакомств, работы, ведения переговоров и заключения сделок. Прибыль извлекается от сдачи в аренду рабочих мест, лекториев и переговорных комнат. В «Штабе» проходят лекции, мастер-классы, показы кино, театральные постановки и т. д. «Фабрика Алафузова» – место, в которое также является центром притяжения креативного класса: художников, музыкантов, поэтов. Целью проекта является создание особого творческого пространства, где будут работать ремесленники, дизайнеры, архитекторы, там будут располагать

ся шоурумы, лавки, разнонаправленный малый бизнес. На данный момент в ней проводятся театральные постановки, музыкальные вечера, тематические вечеринки. Важно отметить, что все эти проекты предполагают развитие культурных площадок, строящихся на принципах открытости, творческой свободы, индивидуальности. С точки зрения содержания, они позволяют создавать уникальные локальные блага, повышающие уровень популярности региона, углубляющие культуру, создающие новое и неповторимое видение креативных продуктов. С точки зрения экономики, становятся базой для построения малого и среднего бизнеса, который имеет важное значение для увеличения валового регионального продукта. Креативные индустрии дают возможность диверсифицировать товары и услуги, которые не только становятся культурным достоянием региона, но и приносят пользу в виде налоговых поступлений и повышения деловой активности в Республике Татарстан.

Заключение. Креативный класс является одним из основополагающих элементов постиндустриального общества, для которого характерен прогрессивный взгляд на современную экономику и деятельность общества в целом. В нем заложен потенциал для реализации сущности актуальных и глобальных ценностей, к которым относятся индивидуализм, нестандартность, креативность. Представители данного направления ставят своей целью не только извлечение прибыли, но и получение интеллектуального удовлетворения в процессе работы. Численность представителей креативного класса возрастает быстрыми темпами, расширяя экономический потенциал как отдельных регионов, так и страны в целом. Процесс цифровизации, а также специфика профессий, являющихся частью креативных индустрий, позволяет монетизировать креативную деятельность более эффективно и масштабно. Молодежь, как наиболее пластичная и прогрессивная когорта людей современного общества, быстрее адаптируется в стремительно меняющемся мире, что позволяет нам говорить о более высоком потенциале данной возрастной группы в качестве доминирующего актора креативного класса в России.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Искусство быть / Эрих Фромм; [перевод с английского С. Скворцова]. – Москва: Издательство АСТ, 2022. – 224 с. – (Эксклюзивная классика). ISBN 978-5-17-123309-9
2. Савина, М. В. Роль креативного класса в становлении постиндустриальной экономики / М. В. Савина // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. – 2008. – № 4. – С. 160–165. – EDN JVMNTF.
3. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2007. – 421 с. ISBN 978-5-89817-185-8
4. Социальное значение креативного класса в российском социуме / Ю. Г. Волков, М. Ю. Барбашин, Ф. А. Барков [и др.] // Гуманитарный ежегодник. – Ростов-на-Дону: Редакция журнала "Социально-гуманитарные знания", 2014. – С. 234-241. – EDN YHMNP.

5. Степанова, Т. Д. Развитие теории креативного класса: зарубежная и российская экономическая мысль / Т. Д. Степанова // Вопросы политической экономии. – 2020. – № 3. – С. 153-169. – DOI 10.5281/zenodo.4067167. – EDN AWTWXP.

6. Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы (научный дайджест). – Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2021.

Информация об авторах

Ефлова Мария Юрьевна, доктор социологических наук, профессор кафедры общей и этнической социологии, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций.

E-mail: meflova@gmail.com

Виноградова Юлия Владимировна, Казанский (Приволжский) федеральный университет, директор Департамента по молодежной политике, социальным вопросам и развитию системы физкультурно-спортивного воспитания, ассистент кафедры общей и этнической социологии, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций.

E-mail: vinogradova.kazan@mail.ru

Витушкин Александр Валерьевич, Казанский (Приволжский) федеральный университет, магистр 1 курса, старший лаборант кафедры общей и этнической социологии, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций.

E-mail: vitushkin1500@list.ru

Eflova M.Yu., Vinogradova Yu.V., Vitushkin A.V.

MODERN YOUTH AS ACTORS OF THE CREATIVE CLASS

Abstract. The article is devoted to the identification of features of the creative class, values of its representatives, as well as the sphere of creative industries in the post-industrial society of Russia. The study focuses on the modern branch of the economy, deriving profit through the sale of economic benefits created by creative and intellectual activities. The creative class is people of a new formation, seeking not only to increase income, but also to get satisfaction from the work process, as well as the creation of individualized goods and services, capable of competing with mass and standard products and bringing benefits to society. Young people, in particular, belong to the creative class, they are more plastic and tolerant to the rapidly changing socio-economic environment, which underlines the need for research in this area.

Keywords: youth, creative class, creative industries, creative class values, post-industrial society.

Literature

1. Art to be / Erich Fromm; [translated from English by S. Skvortsov]. – Moscow: ACT Publishing House, 2022. – 224 pp. – (Exclusive Classic). ISBN 978-5-17-123309-9

2. Savina, M. V. The role of creative class in the formation of post-industrial economy / M. V. Savina // Herald of the North-Caucasus State Technical University. – 2008. – 4. – P. 160-165. – EDN JVMNTF.

3. Creative Class: People Who Change the Future. – Per. with English, – М.: Publishing House «Classic-XXI», 2007. – 421 p. ISBN 978-5-89817-185-8

4. Social significance of the creative class in the Russian society / Y. G. Volkov, M. Y. Barbashin, F. A. Barkov [et al.] // Humanitarian Yearbook. – Rostov-on-Don: Editorial Office of "Social and Humanitarian Knowledge", 2014. – P. 234-241. – EDN YIHMNP.

5. Stepanova, T. D. Development of the theory of creative class: foreign and Russian economic thought / T. D. Stepanova // Issues of political economy. – 2020. – 3. – P. 153-169. – DOI 10.5281/zenodo.4067167. – EDN AWTWXP.

6. Development of creative industries in Russia: key indicators (scientific digest). – National. Research. June «Higher School of Economics». – М.: NIU HSE, 2021.

Authors

Eflova Maria Yurievna, Doctor of Sociological Sciences, Professor of the Department of General and Ethnic Sociology, Kazan (Volga) Federal University, Institute of Social and Philosophical Sciences and Mass Communications.

E-mail: meflova@gmail.com

Vinogradova Yulia Vladimirovna, Kazan (Volga) Federal University, Director of the Department for Youth Policy, Social Affairs and Development of the System of Physical Education and Sports, assistant of the Department of General and Ethnic Sociology, Institute of Social and Philosophical Sciences and Mass Communications.

E-mail: vinogradova.kazan@mail.ru

Vitushkin Alexander Valeryevich, Kazan (Volga) Federal University, master of 1st year, senior laboratory assistant of the Department of General and Ethnic Sociology, Kazan (Volga) Federal University, Institute of Social and Philosophical Sciences and Mass Communications.

E-mail: vitushkin1500@list.ru

АДАПТАЦИЯ ПРИЕЗЖИХ СТУДЕНТОВ В РОССИЙСКИХ ВУЗАХ

DOI: 10.26907/2079-5912.2023.1.36-40

Аннотация. В статье рассматривается процесс социокультурной адаптации иностранных и иногородних студентов, ее роль в процессе обучения в российских вузах. Сформулированы основные критерии социокультурной адаптации. Изложены теоретико-методологические подходы к изучению адаптации студентов, раскрывающие данный аспект. Рассмотрены результаты исследований авторов по изучению адаптации иностранных студентов в российских вузах, реализуемые практики и статистические данные. Сформулированы основные выводы, касающиеся процесса адаптации и организационной среды вуза, в которой происходит данный процесс.

Ключевые слова: иностранные студенты, иногородние студенты, социокультурная адаптация, российские вузы, академическая мобильность студентов.

Динамика последних нескольких лет демонстрирует интенсивность академической мобильности студентов в российские высшие учебные учреждения. Это является следствием как проводимой политики в рамках научно-образовательного направления, так и заинтересованностью самих студентов в получении образования в российских вузах.

Стоит отметить, что увеличился как поток иностранных студентов, так и внутренняя академическая миграция студентов среди регионов и городов России. Вузы также заинтересованы в привлечении иногородних, а что еще более важно – иностранных студентов, так как одним из главных показателей оценки эффективности деятельности вузов в последние годы является количество иностранных обучающихся.

Так, по данным Министерства образования и науки Российской Федерации в 2022 году количество иностранных студентов, обучающихся в российских вузах увеличилось на 8,4% по сравнению 2021 годом и составило 351 448 человек [1].

Интернализация студенческого сообщества является одним из показателей, который учитывается в рейтинге лучших университетов в мире, составляемом британской компанией Quacquarelli Symonds (QS).

Представленные количественные показатели актуализируют для вузов и их организационных систем проблему адаптации иногородних и иностранных студентов как вну-

три вуза, так и за его пределами – в регионе, городе и в целом в социокультурном пространстве. Важно не только привлечь и организовать процесс обучения иностранных и иногородних студентов, а также выстроить эффективный процесс адаптации, который в свою очередь оказывает влияние на полученное в итоге образование и репутацию того или иного российского вуза.

Адаптация в свою очередь – это сложный, многоуровневый процесс, длящийся на протяжении всех лет обучения. Как известно, только на третьем курсе у студента формируются важные навыки самоконтроля, организованности и ответственности [2]. Существуют активная и пассивная социальные адаптации [3]. Успешной социальная адаптация является в том случае, когда сочетаются адекватный статус студента в вузовской среде и его собственная удовлетворенность вузовской средой. Неуспешная адаптация характеризуется сдвигом интересов студентам в другую среду или девиантное поведение. Например, неуспеваемость студента и его последующее отчисление [4].

Кроме того, изучение студенческой молодежи в целом представляет особый интерес. В том числе и потому, что студенты являются особой социальной группой молодежи, которой характерны собственные специфические условия жизни и социальное поведение. Так, на студентов влияют в той или иной степени различные факторы, в том числе, «неравные возможности и положение студентов, острая дифференциация социально-экономических условий

жизни и учебы, что может привести к формированию девиантного поведения» [5].

Исследование адаптации студентов в российских вузах широко раскрыто в работах отечественных социологов и является весьма актуальным. С точки зрения актуальности для нашей работы интересными являются следующие исследовательские работы:

Социологическое исследование лаборатории социологических исследований Института социально-философских наук и массовых коммуникаций Казанского федерального университета, проведенное в 2015 году [6].

Исследование, проведенное в качественной стратегии, среди иностранных студентов КФУ позволило сформулировать следующие выводы: необходимо выделять группы иностранных студентов, так как проблемы адаптации внутри этих групп различны, основной проблемой, объединяющей все группы иностранных студентов, является – уровень знания русского языка.

Т.К. Фомина в работе «Иностранные студенты в медицинском вузе России: интериоризация профессиональных ценностей» подчеркивает, что процесс адаптации длится в течение всего периода обучения студента, а на эффективность этого процесса влияют агенты социализации, тип личности студента, этносоциальная комплементарность российской социальной среды [7].

Н.Г. Маркова, исследуя формирование культуры межнациональных отношений студентов, формулирует принципы данного процесса: принцип толерантности, принцип инкультурации, принцип аккультурации [8].

В.Н. Аргунова и Т. Лондаджим, исследуя барьеры социокультурной адаптации иностранных студентов подчеркивают, что адаптация для них является важным условием, которая влияет на успешность из обучения. Препятствиями же являются языковой барьер и национально-культурные различия [9].

Нижегородский социолог И.А. Савченко анализируя интеграцию индийцев, китайцев и африканцев, делает вывод, что межнациональные отношения в процессе адаптации иностранных студентов оказывают важное значение [10].

Галимова Ф.Т. в своем социологическом исследовании, посвященном социокультурной адаптации иностранных студентов Казанского Федерального университета, взяв за основу научную концепцию социолога Дж. Берри «Стресс аккультурации» выделяет группы иностранных студентов в зависимости от того, какой стратегии адаптации они следуют. Таким образом, автор выделила: иностранных студентов дальнего зарубежья, следующих стратегии интеграции; иностранных студентов ближнего зарубежья, следующих стратегии ассимиляции; иностранных студентов дальнего зарубежья, следующих стратегии сепарации и иностранных студентов, следующих стратегии маргинализации [11].

Концепция «стресса аккультурации» была использована при изучении иностранных студентов вузов г. Саратова [12]. Было установлено, что стратегии «интеграция» и «сепарация» связаны с желанием сохранить собственную культурную идентичность, а также с принятием других; стратегия «маргинализация» рассматривается как переходная; стратегия «ассимиляция» связана с высоким уровнем конформности и переживаемой ностальгией.

Исследования социокультурной адаптации иностранных студентов в российских вузах носят по большей части локальный характер, описывая опыт, выявляя особенности адаптации групп студентов в конкретном вузе.

Исследование В. Н. Петрова, В. Н. Ракачева, Я. В. Ракачевой и А. В. Ващенко посвящено изучению адаптации иностранных студентов г. Краснодар. Исследователи указывают на языковые, бытовые сложности, а также трудности взаимодействия с местными жителями, которые расценивают студентов как «чужих» [13].

Интерес представляет исследование, проведенное Н.В. Сомовой среди студентов Российского государственного гидрометеорологического университета. Были выявлены различия в адаптации разных групп студентов, определяемыми национально-культурными особенностями. [14]. Исследователи отмечают необходимость при построении учебного процесса использовать индивидуальный подход к каждому конкретному студенту.

Обобщив исследования российских авторов, можно отметить, что особенности социокультурной адаптации иностранных студентов во многом определяется местом, откуда приезжают обучающиеся. Обычно исследователи выделяют группы иностранных студентов: обучающиеся из ближнего зарубежья и студенты из дальнего зарубежья. Касаясь иногородних студентов вопрос изучен довольно поверхностно, не выявлено типологий и групп, которые могли бы характеризоваться едиными особенностями, важными для выстраивания в вузе процесса адаптации.

Анализируя работы, посвященные социокультурной адаптации иностранных студентов, становится очевидным, что не менее важным является определить стратегии «вписывания» иностранных студентов в новую для них социокультурную среду, установить, что именно в большей степени влияет на этот процесс – выстроенная и функционирующая организационная среда вуза или неформальные практики, позволяющие выстроить собственные траектории поведения.

Говоря о «приезжающих» в российский вуз студентах, мы имеем ввиду и иностранных и иногородних студентов в контексте чуждости для них имеющейся вузовской и городской среды. Можно говорить, как о близости таких групп студентов, так и о различии. Главными объединяющими признаками безусловно выступают как сам факт при-

езда в новую социокультурную среду, так и необходимое «встраивание» в нее. Однако сам процесс адаптации для этих групп студентов различается, так, иностранным студентам, очевидно, необходимо прилагать намного больше усилий в части изучения русского языка, на котором зачастую осуществляется обучение и который является основополагающим в процессе адаптации. Кроме того, для иногородних студентов различия в повседневных практиках будут не настолько радикальными, как для иностранных студентов, которым часто приходится менять свой образ жизни, ввиду имеющихся социокультурных особенностей.

В основе нашей работы изучение социокультурно адаптации иностранных и иногородних студентов Казанского федерального университета. Данный вуз выбран для изучения не случайно. КФУ входил во всероссийский проект «5-100», где важным показателем эффективной деятельности являлось количество иностранных студентов, обучающихся в вузе, а по итогам приема в 2019 году вуз занял первое место по числу обучающихся из-за рубежа среди всех вузов России. Кроме того, являясь федеральным вузом, находящимся в столице Республики Татарстан КФУ каждый год, привлекает большое количество иногородних студентов, в том числе молодежь из самой республики, а также студентов со всех уголков России.

На наш взгляд, процесс адаптации в большой степени зависит от организационной структуры вуза. Так, в КФУ

можно выделить четыре уровня структуры организации процесса социокультурной адаптации приезжих студентов: отдел адаптации иностранцев, входящий в Департамент внешних связей КФУ, который реализует программы, мероприятия по поддержке иностранных обучающихся, занимается как оформлением документов, так и адресной поддержкой студентов; работа в рамках институтов, входящих в вуз, которая включает образовательную и социально-воспитательную деятельность, каждое подразделение осуществляет работу самостоятельно, исходя из своей специфики; кураторы академических групп, работа ими ведется индивидуально, отсутствуют какие-то нормативные документы по работе с иностранными студентами, студенческие группы могут быть смешанными либо полностью состоящими из иностранных студентов; уровень общежития – осуществляется социально-бытовая адаптация и социально-воспитательная работа.

Таким образом, эффективная социокультурная адаптация иностранных и иногородних студентов зависит не только от близости культурной среды, знания русского языка, но и особенностями организационной структуры вуза и решением этого вопроса на административном уровне, а также сложившимися практиками неформальной поддержки и помощи среди обучающихся, объективными и субъективными характеристиками самого студента.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Число иностранных студентов в России в 2022 году выросло на 8,4% [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/obschestvo/16453991> (дата обращения: 27.12.2022).
2. Кузьмишкин А. А., Кузьмишкина Н. А., Забиров А. И., Гарькин И. Н. Адаптации студентов первого курса в вузе // Молодой ученый. – 2014. – № 3. – С. 933–935
3. Петров В. Н., Ракачев В. Н., Ракачева Я. В., Ващенко А. В. Особенности адаптации иностранных студентов // Социологические исследования. 2009. №2. С. 117-121.
4. Калугина Татьяна Алексеевна. Социальная адаптация иногородних студентов к вузовской среде // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2018. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-adaptatsiya-inogorodnih-studentov-k-vuzovskoy-srede> (дата обращения: 27.12.2022).
5. Ефлова М.Ю., Фурсова В.В., Маслова Л.П. Девиации в студенческой среде в условиях информационного общества // Сборник статей международного социологического конгресса Тюркского мира. 2020 С. 355-365. [Электронный ресурс]. URL: https://kpfu.ru/staff_files/F1025494318/Eflova_statya_kongress.pdf (дата обращения: 27.12.2022).
6. Ишкинеева Ф.Ф., Озерова К.А., Кавеева А.Д., Ахметова С.А., Фурсова В.В. Интернациональный характер современного образования: адаптация иностранных студентов в российском вузе // Вестник Института социологии. – 2017. – № 20. – С. 48 – 51.
7. Иностранные студенты в медицинском вузе России: интериоризация профессиональных ценностей. [Электронный ресурс]. URL: https://new-dissert.ru/_avtoreferats/01002638485.pdf
8. Маркова Н.Г. Формирование культуры межнациональных отношений студентов в поликультурном образовательном пространстве ВУЗА. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора педагогических наук. – Казань: 2010. [Электронный ресурс] – URL: http://otherreferats.allbest.ru/pedagogics/00089802_2.html (дата обращения: 27.12.2022).

9. Аргунова В. Н., Лондаджим Т. Барьеры социокультурной адаптации иностранных студентов, обучающихся в российских вузах // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2008. – №4. – С. 7-12.

10. Савченко И.А. Иностраный студент в России: условия и барьеры интеграции // Вестник ОГУ. – 2010. – №4 (110). Апрель. – С. 25-31.

11. Стратегии социокультурной адаптации иностранных студентов (на примере Казанского федерального университета) [Электронный ресурс] URL:https://kpfu.ru/student_diplom/10.160.178.20_QFDNQEM8SCMFYG7NBSADBL7JGM9L56YUGIN6FBBFQ67NFWJMDR_Galimova_md.pdf (дата обращения: 27.12.2022).

12. Рязузова Е.В. Адаптационный сценарий иностранных студентов, обучающихся в России // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. – 2018. – Т. 18, вып. 1. – С.63-73.

13. Репьёва Н. Г. Проблема адаптации студентов первого курса к обучению в вузе. URL:<http://elib.altstu.ru/elib/disser/conferenc/2010/02/pdf/275repueva.pdf> (дата обращения: 27.12.2022).

14. Сомова Н.В. Анализ особенностей социокультурной адаптации иностранных студентов на этапе предвузовской подготовки // Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 1. – С. 235 – 238.

Информация об авторе

Кадырова Эльвира Исмагиловна, соискатель, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций, кафедра общей и этнической социологии.

E-mail: Elvira-kadyrova@bk.ru

Kadyrova E.I.

ADAPTATION OF VISITING STUDENTS IN RUSSIAN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

Abstract. The article discusses the process of socio-cultural adaptation of foreign and non-resident students, its role in the learning process in Russian universities. The main criteria of socio-cultural adaptation are formulated. Theoretical and methodological approaches to the study of students' adaptation, revealing this aspect, are outlined. The results of the authors' research on the study of the adaptation of foreign students in Russian universities, implemented practices and statistical data are considered. The main conclusions concerning the process of adaptation and the organizational environment of the university in which this process takes place are formulated.

Keywords: foreign students, students from other cities, sociocultural adaptation, Russian universities, academic mobility of students

Literature

1. Argunova V. N., Londajim T. Barriers of socio-cultural adaptation of foreign students studying in Russian universities // Bulletin of the Nizhny Novgorod University. N. I. Lobachevsky. Series: Social Sciences. – 2008. – No. 4. – Pp. 7–12

2. Eflova M.Yu., Fursova V.V., Maslova L.P. Deviations in the student environment in the conditions of the information society // Collection of articles of the International Sociological Congress of the Turkic world. 2020 pp. 355-365. [Electronic resource]. URL: https://kpfu.ru/staff_files/F1025494318/Eflova_statya_kongress.pdf (accessed: 27.12.2022)

3. Foreign students in a medical university in Russia: internalization of professional values. [Electronic resource]. URL: https://new-disser.ru/_avtoreferats/01002638485.pdf (accessed:27.12.2022).

4. Ishkineva F.F., Ozerova K.A., Kaveeva A.D., Akhmetova S.A., Fursova V.V. The international character of modern education: adaptation of foreign students in a Russian university // Bulletin of the Institute of Sociology. 2017. No. 20. P. 48–51.

5. Kalugina Tatyana Alekseevna Social adaptation of nonresident students to the university environment // Izv. Sarat. University Nov. ser. Ser. Sociology. Political science. 2018. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-adaptatsiya-inogorodnih-studentov-k-vuzovskoy-srede> (accessed:27.12.2022).

6. Kuzmishkin A. A., Kuzmishkina N. A., Zabirow A. I., Garkin I. N. Adaptation of first-year students at the university // Young scientist. 2014. No. 3. P. 933–935.

7. Markova N.G. Formation of the culture of interethnic relations of students in the multicultural educational space of the university. Abstract of the dissertation for the degree of Doctor of Pedagogical Sciences. – Kazan: 2010. [Electronic resource] – URL: http://otherreferats.allbest.ru/pedagogics/00089802_2.html (accessed: 27.12.2022).

8. Petrov V. N., Rakachev V. N., Rakacheva Ya. V., Vashchenko A. V. Features of adaptation of foreign students // Sociological research. 2009. No. 2. С. 117-121.
9. Repyova N. G. The problem of adaptation of first-year students to study at a university. URL: <http://elib.altstu.ru/elib/disser/conferenc/2010/02/pdf/275repyeva.pdf> (accessed: 27.12.2022).
10. Ryaguzova E.V. Adaptation scenario for foreign students studying in Russia // Izv. Sarat. university New ser. Ser. Philosophy. Psychology. Pedagogy. 2018. Vol. 18, no. 1. С. 63-73.
11. Savchenko I.A. Foreign student in Russia: conditions and barriers to integration // Bulletin of OSU. – 2010. – No. 4 (110). April. – S. 25-31.
12. Somova N.V. Analysis of the features of socio-cultural adaptation of foreign students at the stage of pre-university training // Theory and practice of social development. 2014. No. 1. S. 235 – 238.
13. Strategies for socio-cultural adaptation of foreign students (on the example of Kazan Federal University) [Electronic resource] – URL: https://kpfu.ru/student_diplom/10.160.178.20_QFDNQEM8SCMFYG7NBSADBL7JGM9L56YUGIN6FBBFQ67NFWJM_DR_Galimova_md.pdf (accessed: 27.12.2022).
14. The number of foreign students in Russia in 2022 increased by 8.4% [Electronic resource]. URL: <https://tass.ru/obschestvo/16453991> (accessed: 27.12.2022).

Author

Kadyrova Elvira Ismagilovna, applicant, Kazan (Volga Region) Federal University, Institute of Social and Philosophical Sciences and Mass Communications, Department of General and Ethnic Sociology.

E-mail: Elvira-kadyrova@bk.ru

БЕЗОПАСНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ ОЦЕНКАХ МОЛОДЕЖИ ГОРОДА КАЗАНИ

DOI: 10.26907/2079-5912.2023.1.41-45

Аннотация. Несколько десятилетий назад вооруженные нападения на учебные заведения считались только американской кризисной ситуацией. Однако XXI век изменил положение дел. Теперь массовые расстрелы как способ разрешения разного рода конфликтов происходят не только за пределами Российской Федерации, но и внутри нее. Данная статья посвящена исследованию субъективного аспекта проблемы, связанной с социальными оценками безопасности в молодежной среде. Результаты исследования основываются на данных массового анкетного опроса о системе обеспечения безопасности студентов в различных учебных заведениях. На основании этого выявлен уровень осведомленности респондентов по исследуемой проблеме, их удовлетворенность данной системой, а также уровень тревожности молодежи.

Ключевые слова: система обеспечения безопасности; вооруженные нападения; образовательное пространство; молодежь; социальные оценки; уровень тревожности.

В последнее время участились инциденты, связанные с вооруженными нападениями на образовательные учреждения. Если раньше подобные случаи рассматривались только как «уникальный американский кризис», проявившийся благодаря широкому распространению огнестрельного оружия в Соединенных Штатах, то с начала XXI века практика массовых расстрелов как способ разрешения разного рода конфликтов вышла за их пределы. В настоящее время данная проблема затронула как страны Европы, так и Россию. Данный феномен получил название «school shooting» [1, с. 87] или «школьная стрельба», несмотря на то, что такие нападения осуществляются не только на школы, и не только с использованием огнестрельного оружия. С учетом недавно произошедших печальных событий в Казани, Перми и Ижевске [2], безопасность образовательной среды для российских школьников и студентов становится особо острым вопросом и выдвигается на первый план. Российские исследователи только начинают активно исследовать проблему, научных работ, посвящённых скулшутингу пока недостаточно [3]. В основном имеющиеся исследования сосредоточены на психологических особенностях подобных преступлений [см., например, 4]. В предметной сфере социоло-

гии можно встретить наработки в области исследований масс-медийного контекста скулшутинга, героизации скулшутеров в медиа, специфика он-лайн среды скулшутеров [например, 5].

Однако, на наш взгляд, не менее важным вопросом для социологического осмысления выступает проблема социальных оценок молодежью собственной безопасности и тревожности в контексте скулшутинга, а также соотношение свободы молодежи и системы обеспечения безопасности в образовательном пространстве, учреждении, организации. Возникающие вопросы касаются того, насколько, с одной стороны, имеющиеся или внедряемые методы обеспечения физической безопасности студентов могут ограничить свободы личности, академические свободы, свободу передвижения (данные ценности способствуют развитию креативности, инновационного мышления), а с другой, – насколько данные методы в действительности обеспечивают безопасность и вызывают чувство защищенности, спокойствия за свою жизнь и здоровье.

Данные, приведенные в статье, являются частью количественного этапа социологического исследования, который посвящен изучению общественного мнения казанской молодежи как субъективного контекста проблемы

физической безопасности молодежи в образовательном пространстве. Этап был реализован с помощью метода массового анкетного опроса, отбор респондентов осуществлялся по квотной выборке с контролем пола и возраста (18-27 лет) с ориентацией на официальные статистические источники Росстата и Татстата.

Вначале анketируемых попросили дать оценку осведомленности казанской молодежи в целом по отношению к осуществляемой в образовательных учреждениях технике безопасности, а также правилам поведения при возникновении угрозы вооруженного нападения на учебное заведение. Наиболее часто выбираемыми ответами вне зависимости от полового признака оказались: «в целом, хорошо» (37,5%) и «недостаточно хорошо» (37%). Реже всего отмечали очень хорошую (около 8%), а также очень плохую степень осведомленности (10,8%). При сопоставлении с полом была обнаружена взаимосвязь с полых респондентов, что подтвердило влияние гендера на степень их обеспокоенности.

Так, доля мужчин, которые констатировали довольно хорошую осведомленность молодежи по изучаемому вопросу, существенно выше (около 50%), нежели доля женщин (40,2%) ($\chi^2 = 19,409$ при $p < 0,001$). Можно предположить, что особую роль в этом играет культура традиционной маскулинности, в рамках которой общество требует от мальчиков особой сдержанности, спокойствия, граничащего с самоуверенностью в отношении опасностей.

Такого рода вывод можно сделать, проанализировав также результаты следующего вопроса, который касался личной информированности о технике безопасности и правилах поведения людей при возникновении вышеописанной угрозы. Среди мужчин вновь доля тех, кто отметил наилучшую самооценку, выше, чем среди женщин (см. рисунок 1). Если говорить о девушках, то надо отметить, что среди них выше доля «плохих» самооценок.

При оценивании системы обеспечения безопасности в учебных заведениях, в которых учатся либо обучались опрошиваемые, респонденты склонялись к трем баллам из пяти предложенных (более 33%). Только 15,8% казанской молодежи оценили ее на 5 баллов, однако это выше, чем процент за самый низкий балл (8,4%). Здесь тоже удалось выявить взаимосвязь при сопряжении переменных по полу. Доля мужчин, уверенных, что степень безопасности в заведениях находится на высоком уровне, как видно на рис. 2, значимо выше ($\chi^2 = 15,154$ при $p < 0,004$). Исходя из полученных данных, следует вывод о более оптимистичных взглядах и самооценках юношей и молодых мужчин.

Схожая связь переменных при ответах на вопрос об уровне тревожности ($\chi^2 = 93,840$ при $p < 0,001$). Более 33% опрошенных мужчин не испытывает никакого страха по отношению к возможным вооруженным нападениям на образовательные учреждения города, в которых учатся они или их родственники, друзья и знакомые. И только 14,5% женщин дали подобный ответ. Отсюда следует, что респонденты женского пола подвержены чувству страха и тревожности сильнее, что можно связать с традиционными сценариями проявления феминности, где женщина является слабым, незащищенным и хрупким созданием и может открыто демонстрировать окружающим свои переживания, быть эмоциональной и ипохондричной. Традиционная модель маскулинности мужчин предполагает мужественность, стойкость, безэмоциональность и спокойствие.

Интересный результат был получен в связи с выбором более оптимистичных оценок системы безопасности представителями молодежи с высоким уровнем материального положения ($\chi^2 = 24,474$ при $p < 0,018$). Финансово благополучная молодежь г. Казани, чаще констатировала высокую степень безопасности в образовательных учреж-

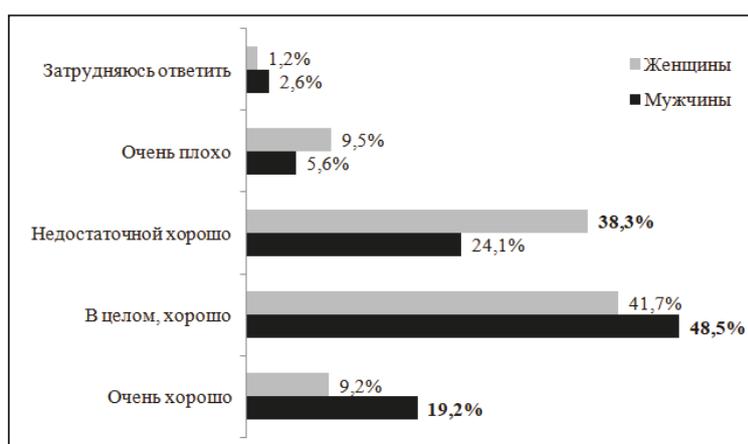


Рисунок 1. Двухмерное распределение ответов на вопрос «Оцените свою личную информированность о технике безопасности и правилах поведения в случае вооруженного нападения на учебное заведение» по полу

денях – 53,1% (см. рисунок 3). Такая ситуация может быть связана с отсутствием денежных проблем в семье, более благополучной обстановкой и атмосферой, более частым удовлетворением всех возникающих потребностей и желаний у человека. Т.е. молодые люди с более лучшим материальным положением склонны оценивать сложившуюся ситуацию в обществе оптимистичнее других категорий людей.

Испытывают ли респонденты на сегодняшний день страх возможных вооруженных нападений в образовательных учреждениях города? Процент встревоженности казанской молодежи в настоящее время довольно высокий. Распространенными ответами оказались два: «редко испытываю» (32,4%) и «периодически испытываю» (29,4%). 25,6% анкетированных не испытывают подобного чувства, а более 8% испытывают его постоянно. Таким образом,

около 70% молодых казанцев испытывает разную степень страха в связи с исследуемой проблемой (см. рисунок 4). Это наглядно показывает уровень тревожности молодежи в обществе в целом.

Еще одна важная гипотеза, которую следовало либо доказать, либо опровергнуть, затрагивает вопрос о возрастных поколениях Y и Z и их влиянии на степень тревожности людей. Было интересно узнать, отличается ли доля встревоженных проблемой обеспечения безопасности в образовательных учреждениях среди более молодого поколения и поколения постарше. Проведя двухмерный анализ, можно утверждать, что статистически значимых различий выявлено не было между возрастными группами 18-23 и 24-27 годами. Отсюда следует вывод, что обеспокоенность молодежи города не взаимосвязана с поколенческим фактором.

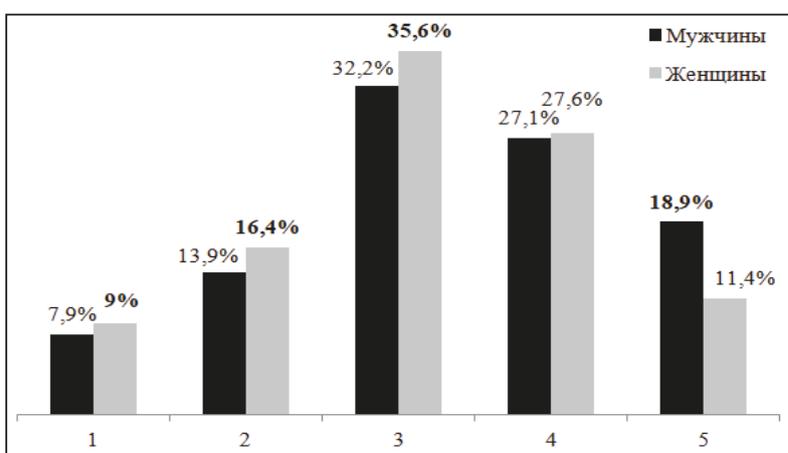


Рисунок 2. Двухмерное распределение ответов на вопрос «Оцените, пожалуйста, по 5-балльной шкале обеспечение безопасности студентов Вашего учебного заведения (заведения, в котором Вы учились), где 1 – это низкая безопасность, а 5 – высокая безопасность» по полу



Рисунок 3. Двухмерное распределение ответов на вопрос «Оцените, пожалуйста, по 5-балльной шкале обеспечение безопасности студентов Вашего учебного заведения (заведения, в котором Вы учились), где 1 – это низкая безопасность, а 5 – высокая безопасность» по уровню материального положения

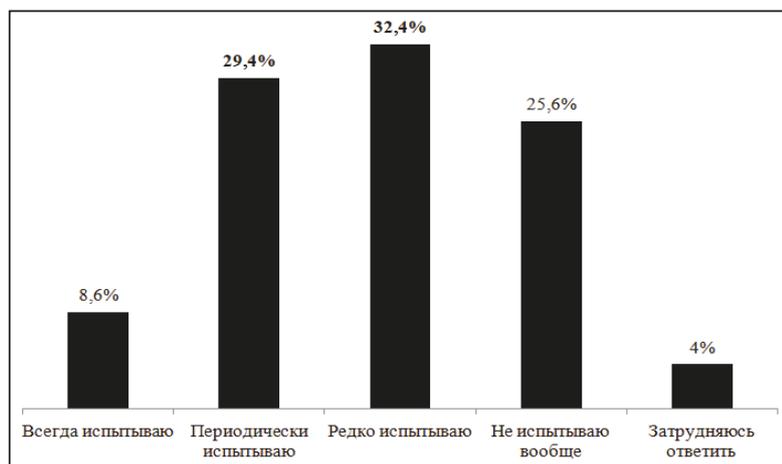


Рисунок 4. Частотное распределение ответов на вопрос «Испытываете ли Вы сейчас страх возможных вооруженных нападений на учебные заведения города, в которых учатся Ваши родственники, друзья и знакомые или Вы сами?»

Таким образом, можно констатировать, что при средних оценках системы безопасности и собственной осведомленности, довольно высока доля тех, кто испытывает тревогу в отношении физической безопасности образова-

тельного пространства, причем обеспокоенных девушек значительно больше, чем юношей, а также статистически значимую роль в оценках безопасности играет материальная обеспеченность респондента.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Васильев В.В. Скулшутинг в образовательных учреждениях: понятие и причины // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2022. – № 3 (11). – С. 87-90.
2. Лапина А. Трагедия в Ижевске: еще острее встает вопрос безопасности школ [Электронный ресурс] // Skillbox Media. – 2022. – URL: <https://skillbox.ru/media/education/tragediya-v-izhevsk-eshchye-ostree-vstayet-vopros-bezopasnosti-shkol/> (дата обращения: 03.02.2023).
3. Самойлов С.В. Проблема скулшутнга (колумбайна) в российской науке // Общество и право. 2021. № 2(76). С. 163-168.
4. Малюшина Ю.А., Шатилович С.Н., Изучение психологического механизма н насильственных преступлений как один из аспектов профилактики скулшутинга // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2021. № 3. С. 86-97.
5. Карпова А.Ю., Максимова Н.Г. Скулшутинг в России: что имеет значение? // Власть. 2021. №1. С. 93-108.

Информация об авторах

Михайлова Анастасия Владимировна, магистрант, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций, кафедра общей и этнической социологии.

E-mail: anastasiya_mikhaylov99@mail.ru

Савельева Жанна Владимировна, доктор социологических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций, кафедра общей и этнической социологии.

E-mail: gedier@mail.ru

Mikhailova A.V., Saveleva Zh.V.

SAFETY OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN SOCIAL ASSESSMENTS OF YOUTH OF KAZAN

Abstract. A few decades ago, armed attacks on educational institutions were considered only an American crisis. However, the 21st century has changed the situation. Now mass executions as a way to resolve various kinds of conflicts are taking place

not only outside the Russian Federation, but also within it. This article is devoted to the study of the subjective aspect of the problem associated with social security assessments among the youth. The results of the study are based on the data of a mass questionnaire survey on the system of ensuring the safety of students in various educational institutions. Based on this, the level of respondents' awareness of the problem under study, their satisfaction with this system, as well as the level of youth anxiety was revealed.

Keywords: security system; armed attacks; educational space; the youth; social assessments; anxiety level.

Literature

1. Vasiliev V.V. Schoolshooting in educational institutions: concept and reasons // International Journal of the Humanities and Natural Sciences. – 2022. – No. 3 (11). – S. 87-90.

2. Lapina A. Tragedy in Izhevsk: the issue of school safety is even more acute [Electronic resource] // Skillbox Media. – 2022. – URL: <https://skillbox.ru/media/education/tragediya-v-izhevsk-eshchye-ostree-vstayet-vopros-bezopasnosti-shkol/> (date of access: 03.02.2023).

3. Samoilov S.V. The problem of skulng (columbine) in Russian science // Society and Law. 2021. No. 2(76). Pp.163-168.

4. Malyushina Yu.A., Shatilovich S.N., The study of the psychological mechanism of violent crimes as one of the aspects of the prevention of school shooting // Bulletin of the Moscow State Regional University. Series: Psychological sciences. 2021. No. 3. P. 86-97.

5. Karpova A.Yu., Maksimova N.G. Sculling in Russia: what matters? // Power. 2021. №1. S. 93-108.

Authors

Mikhailova Anastasia Vladimirovna, master student, Kazan (Volga Region) Federal University, Institute of Social Philosophical Sciences and Mass Communications, Department of General and Ethnic Sociology.

E-mail: anastasiya_mikhaylov99@mail.ru

Saveleva Zhanna Vladimirovna, doctor of sociological sciences, associate professor, Kazan (Volga Region) Federal University, Institute of Social Philosophical Sciences and Mass Communications, Department of General and Ethnic Sociology.

E-mail: gedier@mail.ru

ГИБРИДНАЯ СУБЪЕКТНОСТЬ: ИНТЕГРАЦИЯ ЕСТЕСТВЕННОГО И ИСКУССТВЕННОГО В СОВРЕМЕННОМ СОЦИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

DOI: 10.26907/2079-5912.2023.1.46-50

Аннотация. В статье исследуется феномен гибридной субъектности, возникающий в результате интеграции естественных и искусственных объектов. Теоретико-методологическим основанием работы является традиция преодоления субъект-объектной дихотомии. Авторы обосновывают идею гибридной, распределенной субъектности, которая возникает в многообразных сетевых интеракциях. В статье предлагается интерпретировать новую субъектность посредством «метода-сборки» (Дж.Ло). Авторы делают вывод о том, что однозначная дифференциация на субъект и объект невозможна, поскольку эти роли подвижны и изменчивы. Множество гетерогенных объектов, взаимодействующих в социально-техническом сетевом пространстве, проявляют субъектность в отношении друг друга только в момент взаимодействия.

Ключевые слова: гибридная субъектность, искусственный интеллект, сознание, субъект, объект, акторно-сетевая теория.

Начавшаяся в 80-х годах прошлого столетия и продолжающаяся по сей день, цифровая революция значительно усложнила структуру современного общества. Прогресс науки и техники привел не только к видимым изменениям, связанным с переменами в материальной составляющей нашей жизни, но оказал влияние на само восприятие реальности и понимание устройства мира. Цифровая революция показала, что сегодня отношения человек-человек и человек-мир стали полностью зависимы от материальных посредников. Некогда созданные в лаборатории, объекты покинули ее стены, населив планету гибридами, сочетающими в себе разнородные человеческие и нечеловеческие объекты. Очевидно, что подобная глобальная тенденция должна иметь серьезные последствия.

Людам свойственно относиться к любым гибридным объектам как к некому отклонению от нормы. По этой причине анализ различных аномалий, вызванных вмешательством гибридов в нашу жизнь, зачастую сводится к тому, что они трактуются нами как «какой-то сбой в функционировании общества, техники, права, морали, науки или чего-то еще, о чем мы пока не догадываемся» [1, с. 249].

Парадокс заключается в том, что в своем восприятии и понимании мы старательно стремимся свести

все многообразие мира либо к чисто социальным, либо к чисто техническим сферам, а в жизни хотели бы сталкиваться только с гомогенными объектами и явлениями. Однако само человеческое существование возможно только как пересечение и соединение множества сущностей человеческой и нечеловеческой природы. Трудно вообразить, каким бы могло быть человечество, не вступившее во взаимодействие с зерновыми, бактериями, грибами и металлами, то есть с сущностями нечеловеческого происхождения.

Современный человек склонен, следуя «нововременной Конституции» проводить границу между Природой и Культурой, между социальными субъектами и материальными объектами, полагать, что те подчиняются разным законам и могут существовать независимо друг от друга [2]. Но, несмотря на эти классические установки, сегодня становится очевидным, что привычные способы познания мира и устоявшиеся формы социального взаимодействия недостаточны для исследования современной гибридной действительности, отличающейся от предшествующих эпох, свойственной только ей, всеобъемлющей, активной интеграцией естественного и искусственного.

Одной из основных категорий классической гносеологии, требующей в этой ситуации переосмысления, является субъектность.

Теоретико-методологическое основание работы составляют концепты объектно-ориентированной онтологии [3,4,5,6] и акторно-сетевой теории [2,7,8]. В рамках указанных концепций отвергается сама идея существования онтологического субъекта, так как его наличие выстраивало бы иерархию, свойственную классическим онтологическим схематизмам. Поэтому встает вопрос о том, что мы понимаем под субъектом. Б. Латур утверждает, что мы не можем говорить «о свойствах действующих сил до начала их взаимодействия» [7, с.220], субъект-объектные отношения являются итогом испытания сил между разнородными неопределенными сущностями. Соответственно, в мире, населенном объектами, имеющими одинаковый онтологический статус, субъектом познания является объект, в отношении которого будут истинны следующие суждения:

1. Объект является частью сети.
2. Объект обладает субъектностью.

Первое суждение не нуждается в основательном разборе, так как оно является логическим выводом из утверждений самой акторно-сетевой теории. Всякое взаимодействие одного объекта с другим объектом неизбежно ведет к образованию сети. Познание, определенно, является видом взаимодействия объектов. Сеть возникает в процессе циркуляции (перемещения знаний) записей, представляющих из себя «полученные с помощью инструментов тексты в процессе эксперимента» [9, с.165]. Данные тексты (графики, карты, диаграммы и т.д.), будучи представленные с помощью определенных понятий (т.е. подвергнутые переводу), дают исследователю представление о предмете эксперимента. Для простоты понимания, определение сети можно свести к следующему: сеть – это перемещение знаний. Познание же можно определить, как деятельность, целью которой является получение знаний о мире. Таким образом, познание – это основной способ функционирования сети.

Второе суждение нуждается в уточнении. Что мы понимаем под «субъектностью»? В классическом рассмотрении субъектности исходным является отношение к человеку как к субъекту, который традиционно противопоставляется объекту, в первую очередь, представляемого как часть вещного материального мира. Человек будто бы выведен за границы бытия. Он одновременно присутствует («в мире») своим телом, но пребывает («вне мира») своим разумом, душой, сознанием.

С вопросов «как познать себя», «кто я есть», «как я могу сделать себя понятным для самого себя», фундирующих феномен субъектности, начинается философия, наука, европейская цивилизация в целом. Сегодня эти вопросы

получают новое звучание и способы решения. В первую очередь это связано с исследованиями в области когнитивных наук, авангардом которых выступает проблема искусственного интеллекта, результаты которых говорят о необходимости переосмысления категорий «субъект», «субъектность», «объект».

11.06.2022г. в газете Washington Post вышел материал об инженерере Google Блейке Лемуане, который работал с программой LaMDA и в результате пришел к твердому убеждению, что машина чувствует, осознает себя и имеет душу. Программа представляет собой семейство разговорных нейронных языковых моделей. Беседы с машиной входили в обязанности Блейка Лемуана, в них LaMDA проявила себя как разумное и персонифицированное существо [10].

Своеобразным продолжением истории этого инженера являются события ноября 2022 года, когда фирма Open AI опубликовала данные о своей новейшей разработке Chat GPT. Эта программа сочиняет стихи в стиле знаменитых поэтов, решает математические задачи университетского уровня, дает медицинские советы [11]. Подобные ситуации порождают ряд вопросов. Каков гносеологический статус программы: она есть субъект, наделенный сознанием или просто калькулятор, в который загружено более 3-х миллиардов документов/1,6 биллионов слов? Абсолютно непрозрачным остается момент обработки множества текстов, слов, из которых машина выбирает наиболее оптимальный вариант. При этом ясность выбора не является очевидной. Как происходит выбор? Почему программа выбирает именно эти, а не другие предложения? Возможен ли интеллект без сознания? Может ли программа переживать различные психические состояния при условии, что она не имеет опыта жизненных переживаний (побед, поражений, разочарований)?

Можно выделить два лагеря исследователей, которые сформировались в процессе обсуждения проблемы искусственного интеллекта. Представители первого убеждены в том, что сильная версия искусственного интеллекта невозможна. В случае с компьютерными программами можно говорить лишь об имитации сознания, в то время как их сущность составляют процессы калькуляции. При этом машина не понимает что делает. Американский философ Дж.Серл утверждает, что программа обладает исключительно навыками синтаксиса, и не имеет семантических навыков, поскольку лишена интенциональности [12]. Программа может выдавать правильные связи, строить правильные предложения, оперировать символами, но не может придавать этим символам значение и смысл. Она не связывает эти символы с внезнаковой реальностью (объектами, событиями и т.п.), следовательно, и сознанием и субъектностью обладать не может.

Австрийско-британский философ Л.Витгенштейн своими исследованиями, выполненными еще в XX столетии, внес существенную лепту в становление интеллектуально-го движения в сторону искусственного интеллекта, обоснования его идентичности естественному. Для этого философа значения слов связано с контекстом употребления, коммуникативные практики происходят в пространстве обмена лингвистическими ходами. Это представляет собой совокупность шахматных партий; можно предположить, что, в конечном счете, эти партии могут стать компьютерной программой. Соответственно сознание, мышление, язык можно воссоздавать в виде программ [13].

Английский философ Г.Райл также пытался «расколоть» сознание. Он утверждал приоритет практического знания («знания как»), а то, что Платон и Декарт именуют внутренним миром, опытом нашего Я, изначально берется из внешнего мира и впоследствии интериоризируется [14]. К примеру, играя в шахматы, мы не читаем сознание оппонента, его мысли, а следим за ходами, которые он делает, пытаемся проследить и понять их логику.

Американский философ Д.Деннет в своей концепции «множественных набросков» по сути, не признает существования внутреннего «Я» вместо этого он предлагает рассматривать нейронную активность мозга как саморедктирующуюся систему. Д.Деннет активно использует компьютерные аналогии и считает, что понимание сознания возможно через образ компьютерной программы.

«Феномен человеческого сознания объясняется в терминах «виртуальной машины» - некоего вида эволюционировавшей компьютерной программы, которая оформляет мозговую активность. Не существует никакого «картезианского театра» - есть только Множественные Наброски, которые создаются процессами фиксации содержания, играющими различные полунезависимые роли в более крупной экономике мозга по контролю путешествия человеческого тела через жизнь». [15, с. 431].

Л.Витгенштейн, Г.Райл и Д.Деннет представляют второй лагерь исследователей, которые придерживаются физикалистской трактовки сознания, в основании которого лежит такая сложная система как мозг. Это означает, что для этих исследователей разного рода аналогии между человеческим интеллектом и машиной вполне релевантны.

Сегодня традиционные философские вопросы, оркеструющиеся вокруг проблемы субъектного начала, становятся наиболее актуальными: что значит мыслить, быть личностью, иметь свободу воли и сознательно принимать решения? Принимает ли решения человек, исходя из своего сознания? На наш взгляд, размышление о специфи-

ке субъектности в условиях современности может быть перспективным с эвристической точки зрения, если будет приниматься в учет следующие теоретико-методологических основания.

1. Все вещи, относительно которых мы высказываемся, имеют одну онтологическую «нишу» и все они по сути своей есть объекты. Ни один из объектов не является условием существования другого объекта, ни один объект не стоит «выше» другого объекта. Отсутствует детерминация существования одних объектов от других и от человеческого восприятия.

2. Все вещи, о которых мы высказываемся, являются не пассивными объектами, относительно которых субъект познания производит какие-либо действия. Каждый объект также является активным, воздействующим на другие объекты, а также способным создавать связи. Все объекты являются равноправными акторами взаимодействия, а роли (субъекта или объекта) распределяются в момент взаимодействия, так как сами свойства формируются только при испытании сил (trials of strength). До испытания сил невозможно предсказать, чем в итоге окажется актант. Как результат субъектность приобретает свойства распределенности и гибридности.

3. Субъектность является продуктом многочисленных сетевых взаимодействий. Сеть – это характеристика всеохватывающего, растворенного в пространстве и времени взаимодействия. При этом взаимодействие внутри сети локализуется и опосредуется акторами. Сеть объединяет в себе разнородные объекты человеческой и нечеловеческой природы (акторы). Однако акторы сами могут представлять собой сеть взаимоотношений, которые и определяют их сущность и поведение.

4. Интерпретация новой субъектности посредством «Метода-сборки», представляющего из себя «процесс учреждения и изготовления пучков ветвящихся отношений, которые сгущают присутствие и поэтому производят отсутствие, формируя, опосредуя и разделяя их» [8, с. 252], позволяет исследователю вытягивать из хаотичной реальности («пучок отношений»), который способен объяснить, реконструировать и интегрировать, однако при этом не дает себе остановиться на одном данном «пучке» как на ситуативном решении и двигается к его обновлению и переосмыслению. «Метод-сборка» игнорирует установки классической метафизики, не разделяя мир на субъект и объект, на внутренне и внешнее, позволяя рассматривать предмет исследования как эффект и порождение мира, где «внутри» не противостоит и не может противостоять тому, что «снаружи».

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Кузнецов А.Г. Медиации и бытие в философии Бруно Латура // Медиафилософия. Способы анализа медиареальности. – СПб.: Изд-во СПбФО, 2010. – С. 244-257.
2. Латур Б. Нового времени не было. Эссе по симметричной антропологии / Пер. с фр. Д.Я. Калугина. СПб.: Изд-во Европейского университета, 2006. – 296 с.
3. Деланда М. Новая онтология для социальных наук // Логос. – 2017. – Т. 27. № 3 (118). – С. 35-56.
4. DeLanda M. A New Philosophy of Society: Assemblage Theory and Social Complexity. L.: Continuum, 2006. – 150 p.
5. Харман Г. Четвероякий объект. Метафизика вещей после Хайдеггера. Пермь: Гиле Пресс, 2015. – 152 с.
6. Харман Г. Сети и ассамбляжи: возрождение вещей у Латура и Деланда // Логос. 2017. Т. 27. № 3. С. 3. URL: https://logosjournal.ru/upload/iblock/ff6/Logos_2017_3_1_1_Harman.pdf (дата обращения: 26.01.2023).
7. Латур Б. Пастер. Война и мир микробов, с приложением «Не-сводимого». СПб.: Изд-во Европейского университета, 2015. – 316 с.
8. Ло Дж. После метода: беспорядок и социальная наука. / Перев. с англ. Под ред. С. Гавриленко. М.: Изд-во института Гайдара, 2015. – 352 с.
9. Сивоконь А.С. Акторно-сетевой подход: истоки и перспективы в социально-философском дискурсе // Ученые записки Казанского университета. Гуманитарные науки. – 2015. – Т. 157, кн.1. – С. 162-169.
10. Shahid F. Google Has Suspended the Engineer Who Said AI Chatbot Has Developed Feelings / <https://wccf.tech/19a03> (дата обращения: 29.01.2023).
11. Лиханова Е. Open AI: создатель Chat GPT и потенциальная «угроза для человечества» <https://rb.ru/story/openai-what-to-know/> (дата обращения: 29.01.2023) .
12. Searle, J. Minds, brains, and programs : [англ.] // Behavioral and brain sciences. – 1980. – Т. 3, № 3 (September). – P. 417-424.
13. Wittgenstein L. Philosophical Investigations. Wiley-Blackwell. 1998. – 520 p.
14. Райл Г. Понятие сознания. М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 1999. – 480 с.
15. Dennett, D.C., 1991. Consciousness Explained. Boston: Little, Brown and Company. 1991. – 511 p.

Информация об авторах

Николаева Е.М., профессор, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций, кафедра общей философии.

E-mail: kaisa1011@rambler.ru

Камалева А.М., аспирант, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций, кафедра общей философии.

Николаев М.С., ст.преподаватель, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций, кафедра конфликтологии.

Nikolaeva E.M., Kamaleeva A.M., Nikolaev M.S.

HYBRID SUBJECTNESS: INTEGRATION OF THE NATURAL AND THE ARTIFICIAL IN THE MODERN SOCIO-TECHNICAL SPACE

Abstract. The article explores the phenomenon of hybrid subjectness resulting from the integration of natural and artificial objects. The theoretical and methodological basis of the work is the tradition of overcoming the subject-object dichotomy. The authors substantiate the idea of hybrid, distributed subjectness, which arises in diverse network interactions. The article proposes to interpret the new subjectness by means of the «method assemblage» (J.Lo). The authors conclude that an unambiguous differentiation into subject and object is impossible, since these roles are mobile and changeable. A lot of heterogeneous objects interacting in the socio-technical network space show subjectness in relation to each other only at the moment of interaction.

Keywords: hybrid subjectness, artificial intelligence, consciousness, subject, object, actor-network theory.

Literature

1. Kuznetsov A.G. Mediation and being in the philosophy of Bruno Latour // Mediaphilosophy. Ways to analyze media reality. – St. Petersburg: Publishing House of St. Petersburg Federal District, 2010. – P. 244-257.

2. Latour B. There was no new time. Essay on symmetrical anthropology / Per. from fr. D.Ya. Kalugin. St. Petersburg: Publishing House of the European University, 2006. – 296 p.
3. Delanda M. New ontology for social sciences // Logos. 2017. – T. 27. No. 3 (118). – S. 35-56.
4. DeLanda M. A New Philosophy of Society: Assemblage Theory and Social Complexity. L.: Continuum, 2006. – 150 p.
5. Harman G. Fourfold object. Metaphysics of things after Heidegger. Perm: Gile Press, 2015. –152 p.
6. Harman G. Networks and assemblages: the revival of things by Latour and Deland // Logos. 2017. V. 27. No. 3. P. 3. URL: https://logosjournal.ru/upload/iblock/ff6/Logos_2017_3_1_1_Harman.pdf (date of access: 26.01.2023).
7. Latour B. Pasteur. War and the world of microbes, with the application of "Non-Reducible". St. Petersburg: Publishing House of the European University, 2015. – 316 p.
8. Lo J. After the method: disorder and social science. / Transl. from English. Ed. S. Gavrilenko. M.: Publishing House of the Gaidar Institute, 2015. – 352 p.
9. Sivokon A.S. Actor-network approach: origins and perspectives in socio-philosophical discourse//Scientific notes of Kazan University. Humanitarian sciences. – 2015. – V.157, book 1. – P.162-169.
10. Shahid F. Google Has Suspended the Engineer Who Said AI Chatbot Has Developed Feelings / <https://wccf.tech/19a03> (accessed 29.012023).
11. Likhonova E. Open AI: the creator of Chat GPT and a potential "threat to humanity" <https://rb.ru/story/openai-what-to-know/> (Accessed: 29.012023) .
12. Searle, J. Minds, brains, and programs: [English] // Behavioral and brain sciences. – 1980. – V. 3, No. 3 (September). – P. 417-424.
13. Wittgenstein L. Philosophical Investigations. Wiley Blackwell. 1998. – 520 p.
14. Ryle G. The concept of consciousness. M.: Idea-Press, House of Intellectual Books, 1999. – 480 p.
15. Dennett, D.C., 1991. Consciousness Explained. Boston: Little, Brown and Company. 1991. – 511p.

Authors

Nikolaeva Evgeniya Mikhailovna, Professor, Kazan (Volga Region) Federal University, Institute of Social and Philosophical Sciences and Mass Communications, Department of General Philosophy

E-mail: kaisa1011@rambler.ru

Kamaleeva Aisylu Mudarisovna, PhD student, Kazan (Volga Region) Federal University, Institute of Social and Philosophical Sciences and Mass Communications, Department of General Philosophy

E-mail: alskazan@mail.ru

Nikolaev Mikhail Sergeevich, Senior Lecturer, Kazan (Volga Region) Federal University, Institute of Social and Philosophical Sciences and Mass Communications, Department of conflictology.

E-mail: mihrutkanik@gmail.com

ВЛИЯНИЕ КИНЕМАТОГРАФА НА ОТНОШЕНИЕ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ К ПРЕДСТАВИТЕЛЯМ ЛГБТ-СООБЩЕСТВ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

DOI: 10.26907/2079-5912.2023.1.50-57

Аннотация. В статье анализируется манипулятивное влияние современного мейнстрим кино на отношение молодежи к тематике ЛГБТ. Прослеживается динамика трансформации темы нетрадиционных сексуальных отношений в кинематографе на примере фильмов – лауреатов «Оскара». Преподнесение этой темы в мировом кино на протяжении последних десятилетий изменилось по схеме «окна Овертона», меняющего ракурс восприятия от неприемлемого до допустимого и популярного. Гомосексуализм и смена пола из социальной девиации превратились в одобряемую социальную норму. Анализ кинопредпочтений российской молодежи показал, что молодежь, увлекающаяся современным мировым кино, лояльно относится к ЛГБТ-киногероям и нетрадиционным сексуальным отношениям в реальной жизни. Критическое отношение к теме ЛГБТ в кино и в жизни присутствует у той части молодежи, которая смотрит фильмы, ориентируясь на их тематику и нравственный посыл.

Ключевые слова: современный кинематограф, манипуляция, окно Овертона, ЛГБТ, молодежь.

Актуальность. За несколько последних десятилетий во многих странах радикально поменялось отношение к нетрадиционным сексуальным отношениям и смене пола. Вопреки научным объяснениям и культурным традициям, нетрадиционный секс перешел в разряд социальной нормы; признано, что биологический пол не является основанием для причисления человека к мужчинам или женщинам; изменено законодательство, регулирующее нетрадиционные сексуальные отношения и т.д. Позиция врачей, педагогов, ученых, юристов, отстаивающих и защищающих природную сущность человека, объявлена консервативной, несовременной, не толерантной. В России изменилась официальная повестка дня в связи с введением запрета на пропаганду нетрадиционных сексуальных отношений, педофилии и смене пола [1]. В данной статье выполняется требование закона и подчеркивается манипулятивный характер кинофильмов, выдвинутых на премию Оскар, нацеленных на пропаганду тематики ЛГБТ.

Большую роль в пропаганде гомосексуализма играет кинематограф. Современное мейнстрим кино охватывает, прежде всего, молодежную аудиторию. Среди кинозрителей большую часть составляют люди в возрасте до 30 лет. Кино обладает мощными инструментами глубинного воз-

действия на сознание людей, их жизненные установки, ценности, социальное поведение.

Поэтому представляет научный и практический интерес проанализировать манипулятивные технологии кинематографа в продвижении идей толерантности к представителям ЛГБТ-сообщества в мировом кинематографе на протяжении последних десятилетий, а также выяснить, ощущает ли российская молодежь воздействие этой манипуляции. Такая постановка проблемы является новой для отечественной социологии.

Степень изученности проблемы. Исследования российских авторов можно разделить на две основные группы. Одна группа работ анализирует проблему с морально-этических позиций. В них толерантное отношение к ЛГБТ-сообществам оценивается негативно, обосновывается мнение о необходимости предупреждения появления сексуальных отклонений [2,3,4].

Большая часть работ рассматривает проблему в контексте толерантности к нетрадиционному сексу. На материалах авторских социологических исследований выявляются социально-демографические факторы, влияющие на уровень толерантности [5-13].

Эмпирическая база исследования. В рамках исследования был проведен контент-анализ фильмов-лауреатов премии «Оскар» в номинации «Лучший фильм» со времени основания премии в 1929 г. по 2022 г. Цель – выявление образов главных действующих лиц и динамика их изменения. На втором этапе исследования были изучены кинопредпочтения российской молодежи (18-29 лет). Было взято двенадцать интервью у информантов, проживающей в разных городах России, выбор осуществлялся методом «снежного кома».

Методологическая основа исследования. Методологическую базу исследования составили работы отечественных и зарубежных авторов, рассматривающих кинематограф как социальный институт, выполняющий функции социального управления и социализации [14-17]. Кинематограф как социальный институт включен одновременно в экономическую и культурную деятельность, производит продукцию, продающуюся на рынке услуг. М. Маклюэн подчеркивал, что кино нельзя считать единственным способом коммуникации. Это могущественный орган индустриальной машины, который осуществляет политический нажим и промышленный вызов [18].

Социология выделяет несколько аспектов управленческого воздействия кино на человека. (1) Влияние на структуру потребностей. Современный массовый кинематограф культивирует стремление к удовлетворению базовых потребностей, девальвируются высшие человеческие ценности. В результате происходит трансформация сознания в сторону упрощения, одномерности [19]. (2) Погружение человека в мир грёз, созданных кино. Кино, по выражению М. Маклюэна, может предложить бедным роли богатых и власть имущих, о которых они даже не мечтали. Это помогает снять социальное напряжение, дает людям надежду на самоосуществление [18, С.398-399]. (3) Кино влияет на формирование мотивации, ценностных установок, транслирует образцы социального поведения [20]. (4) Кино стандартизирует явления общественной жизни и одновременно конструирует иную социальную реальность [20]. Действительность, созданная средствами кино, по мнению современных исследователей, уже не столько дублирует объективную социальную реальность, сколько является образцом для повседневной жизни. Индивидуальные жизненные стратегии все более повторяют клише кинотекстов [21].

Все вышесказанное позволяет говорить, что кинематограф в настоящее время является одним из самых эффективных механизмов распространения той или иной идеи в обществе [22].

Управленческое воздействие кинематографа на человека исследователи характеризуют как манипуляцию. Термин «манипуляция» в любых трактовках обозначает действия, ведущие к созданию иллюзии. У субъекта, восприни-

мающего эту иллюзию как реальность, меняется сознание, мотивация, этические нормы, поведение.

Для объяснения манипулятивного воздействия кино на человека, используются идеи Ж. Делёза. Делёз вскрывает силу воздействия кино на сознание и мышление человека. Кинематографические образы являются движущимися, стимулируют работу мозга и всей нервной системы. Мысль входит вместе с образом-движением и принуждает мыслить под действием шока [23, С.238 – 239].

Вместе с тем, манипуляция не всемогуща. Сознание не всякой личности воспринимает иллюзии, в т.ч. и кинематографические. Восприимчивость/невосприимчивость к манипуляции зависит от устойчивости культурных форм [24, С.115].

Результаты и обсуждение

Трансформация темы ЛГБТ в фильмах, получивших премию Оскар в номинации «Лучший фильм»

Динамика трансформации темы нетрадиционных сексуальных отношений в кинематографе прослеживается на примере фильмов – лауреатов «Оскара» в категории «Лучший фильм». Премия американской киноакадемии нами была выбрана потому, что американская кинопродукция занимает ведущие позиции в мировом кинопрокате. Более ¼ фильмов на мировом кинорынке, производятся в США. Через фильмы и другую медиа-продукцию продвигаются в массовое сознание народов других стран ценности американской культуры [25]. Кинематографические образы – это не столько произведения искусства, сколько важный элемент идеологической пропаганды, они оказывают психологическое воздействие на зрителей [26].

Американская академия кинематографических искусств и наук выдвигает требования, которым должен соответствовать фильм, претендующий на получение «Оскара», т.е. фактически задает проблематику и даже состав актеров и создателей фильмов. Так в обновленном варианте требований есть следующее: (1) среди исполнителей главной роли или ведущей роли второго плана обязательно должен быть хотя бы один «цветной» актер — азиат, темнокожий, латиноамериканец и др.; (2) не менее 30% всех актеров должны быть женщины, представители какой-то расовой или этнической группы, ЛГБТ, люди с ограниченными возможностями; (3) основная сюжетная линия фильма должна быть развернута на эти же группы; (4) не менее двух руководителей в творческих группах должны быть из этих меньшинств [27].

Контент-анализ сюжетной линии фильмов показал, что привнесение темы нетрадиционных сексуальных отношений осуществлялось по классической схеме «окна Овертона»: нелегально – радикально – приемлемо – разумно – популярно [28]. Охарактеризуем эти этапы.

«Немыслимо». Первые намеки на гомосексуальность у героев, а точнее антигероев, критики заметили в фильме 1942 г. «Мальтийский сокол». Учитывая присущее тому времени отношение к семейным ценностям, представление о мужественности, появление открытых гомосексуалистов в качестве главных героев казалось невыносимым.

«Радикально». Первый открытый гомосексуал появляется в 1963 г. в фильме «Лоуренс Аравийский». Он был показан злодеем, не вызывающим симпатии зрителя. Так гомосексуальность стала допустима, но в негативном контексте, как атрибут зла.

«Приемлемо». Начиная с 1970 г. в фильмах регулярно стали появляться представители секс-меньшинств. Они представлялись как павшие люди («Полуночный ковбой», 1970), виновники личных трагедий других героев («Последний киносеанс», 1972) или даже насильники («Избавление», 1973) и грабители («Собачий полдень», 1976). Всего за 1970-е гг. престижной премии удостоились шесть фильмов, героями которых были геи.

В 80-е гг. происходит поворот от геев-маргиналов к геям – мученикам («Времена Харви Милка», 1984; «Поцелуй женщины-паука», 1986). В 90-е гг. за десять лет главную кинопремию мира получают семь фильмов, поднимающих тему ЛГБТ. В пяти из них эта тема является центральной («Филадельфия», 1993; «Приключение Присциллы, королевы пустыни», 1994; «Лучше не бывает», 1998; «Боги и монстры», 1998; «Мальчики не плачут», 1999 г.). Только одном фильме геи выступают в качестве антигероев («Криминальное чтиво», 1995).

«Разумно». Начиная с 2000 г. гомосексуальные персонажи перестают быть просто мучениками, чаще они становятся непонятыми гениями и оказываются в центре повествования. Только в одном из семи фильмов, поднимающих тему ЛГБТ, главная героиня – проститутка, лесбиянка, убийца («Монстр», 2003). В остальных случаях гомосексуалисты – персонажи положительные, часто талантливые и непонятые («Красота по-американски», 2000; «Часы», 2002; «Горбатая гора», 2005; «Капотэ», 2005; «Маленькая мисс Счастье», 2007; «Милк», 2008).

«Популярно». Начиная с 2010-х гг. тематика ЛГБТ беззащитно эксплуатируется американским мейн-стрим кинематографом. Тема геев-изгоев меняет характер, переносится гомосексуальность со второго на первый план («Детки в порядке», 2011; «Начинающие», 2011; «Клуб покупателей Далласа», 2013). Всё чаще геями оказываются главные герои кинолент («Игра в имитацию», 2014; «Девушка из Дании», 2015; «Лунный свет», 2016; «Зови меня своим именем», 2017; «Форма воды», 2017; «Леди Бёрд», 2018).

Под конец десятилетия в 2019 г. Оскара получили фильмы про талантливых гомосексуалистов, вписавших своё имя в историю («Богемская рапсодия», «Рокетмен», «Фаворитка», «Зеленая книга»).

«Государственная норма». В 2020 г. американская киноакадемия ввела квоты на обязательное присутствие представителей ЛГБТ среди персонажей фильма или членов съёмочной группы. Теперь гомосексуальная тема превратилась в социальную норму.

Таким образом, в течение примерно пятидесяти лет тема нетрадиционных сексуальных отношений трансформировалась из социальной девиации в одобряемую социальную норму.

Анализ кинопредпочтений российской молодежи (по материалам интервью)

Анализ кинопредпочтений молодежи показал, что все респонденты избирательно относятся к просмотру фильмов. Участников исследования условно можно разделить на две группы. Одна группа следит за новинками кино, хорошо знакома со знаковыми фильмами последних лет, знает многих современных актеров и режиссеров. Другую группу мало интересует современное кино. Молодежь этой группы чаще ориентируется на тематику фильма.

Первая группа более многочисленна, чем вторая. В ней есть знатоки и любители кино. Во вторую группу входят молодые люди, которые не видели многих популярных фильмов двух последних десятилетий. К этой группе относятся те, кто отбирает фильмы по любимой тематике.

Все респонденты отмечают, что фильмов с ЛГБТ – тематикой становится все больше. Подавляющее большинство респондентов относятся к этому нейтрально. Никто из респондентов специально не выбирает фильмы с ЛГБТ – персонажами. Четверо респондентов высказались против темы ЛГБТ в фильмах. Среди них три девушки и один юноша. Девушки настроены более категорично, чем юноша.

Раскрутку темы ЛГБТ в кино любители кино объясняют стремлением к кассовому успеху, поскольку это модная тема. В то же время **Григорий, 29 лет, Санкт-Петербург**, знаток современного кино, вспомнил, как фильм с ЛГБТ – героем сильно затронул его:

«Я помню очень яркий момент был, когда первый был фильм ЛГБТ – драма, который меня действительно тронул, это был фильм «Джей Эдгар» про Эдгара Гувера, главу ФБР... И из-за того, что это очень было погружено в контекст исторический, очень талантливо было сыграно, ну и сама драма, которая не типично придумана, меня действительно тронуло».

По сути, этот участник исследования признался, что он попал под «магию кино». Другая респондентка также признала изменение своего отношения к обсуждаемой проблеме.

Настя, 25 лет, Самара: *«Раньше для меня это было прям нет. Я могла остановить, выключить фильм, потому что я этого не понимала. Сейчас я не скажу, что я прям (за), но как-то более спокойно к этому отношусь. Наверное, об-*

щество более спокойно к этому относится, и я стараюсь не отделяться».

Высказывались мнения, что посредством кино идет пропаганда ЛГБТ. Такую позицию занимает молодежь, избирательно относящаяся к просмотру фильмов, не следящая за новинками кино.

Мария, 20 лет, Екатеринбург. *«Мне кажется, я старых устоев и я считаю, что это пропаганда. Мне 20 лет и я буду это смотреть, но я буду понимать, что это ненормально. А если это посмотрит ребенок четырнадцати лет, то он не будет понимать хорошо это или плохо».*

Менее категорично высказалась другая участница исследования.

Ирина, 21 год, Оренбургская область: *«Не то, чтобы пропаганда этого идет, а больше толерантное отношение пропагандируется к этим людям».*

Также была высказана точка зрения, что чрезмерный интерес кинематографа к тематике ЛГБТ может сформировать не только толерантность, но негативное отношение.

Мария, 23 года, Самара. *«Они некоторых людей еще больше отталкивают, против настроили. Т.е. они и привлекли, и показали, что это нормально, с другой стороны другие люди еще больше стали гневиться и хуже относиться».*

Из материалов интервью следует, что у кого из респондентов нет отторжения ЛГБТ-киногероев, у тех существует толерантное отношение к самой теме. И наоборот, респонденты, настроенные категорически против темы ЛГБТ в кино, не принимают эту тему и в реальной жизни.

Выводы.

Анализ интервью показывает, что все участники исследования отмечают рост популярности темы ЛГБТ в кино и распространение нетрадиционных сексуальных отношений в реальной жизни. Интервьюеры, не погруженные в мейнстрим кино, чаще оценивают раскрутку этой темы в кино как пропаганду и формирование толерантности. Вместе с тем, далеко не все молодые люди, избирательно относящиеся к просмотру фильмов, ощущают на себе манипулятивное воздействие кинематографа. Критическое отношение присутствует у тех, кто смотрит фильмы, ориентируясь на их тематику и нравственный посыл.

Часть молодежи, увлекающаяся киноискусством, прямо не указывает, что кино манипулирует сознанием людей,

продвигая тему ЛГБТ; оценивает фильмы с ЛГБТ – тематикой просто как художественные произведения, не влияющие на отношение общества к этой проблеме. Интервьюеры, лояльно относящиеся к ЛГБТ-киногероям, толерантно относятся к нетрадиционным сексуальным отношениям в реальной жизни. Противоположная позиция у молодежи, не приемлющей нетрадиционных сексуальных отношений ни в кино, ни в жизни.

Заключение

Исследование показало, что современное мейнстрим кино оказывает манипулятивное воздействие на отношение молодежи к тематике ЛГБТ. Преподнесение этой темы в мировом кинематографе радикально изменилась на протяжении последних десятилетий по схеме «окна Овертона», постепенно меняющего ракурс восприятия от неприемлемого до допустимого и популярного. В настоящее время гомосексуализм и смена пола в фильмах – лауреатах «Оскара» стали социальной нормой, не подлежащей обсуждению.

Результаты интервью с российской молодежью показывают, что молодежь любит кино, интересуется им, избирательно относится к просмотру фильмов. Участники исследования указывают на популярность темы нетрадиционных сексуальных отношений в мировом кино и распространение их в реальной жизни.

Молодежь, знакомая с тенденциями современного мирового кино, испытывает на себе его манипулятивное воздействие. На принятие ЛГБТ-повестки как нормального явления оказывают влияние увлекательные фильмы, снятые талантливыми режиссерами, хорошая игра актеров. Преподнесение житейских историй и биографий известных личностей как гомосексуальной драмы производит сильное эмоциональное впечатление на зрителей, что подтверждает суждение Ж. Делёза о влиянии кинематографического образа на строй мышления. Можно говорить о том, что кинематограф конструирует новую социальную реальность, формирует новые социальные стандарты и паттерны поведения.

Вместе с тем, у части молодежи, есть критический взгляд на тематику ЛГБТ в кино и в жизни. Не подвержены кинематографической манипуляции молодые люди, имеющие устойчивые кинопредпочтения и отстаивающие свои нравственные убеждения.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон от 05.12.2022 N 479-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_433217/ (дата обращения: 13.02.2023).
2. Тужба Э.Н. Динамика сексуальной морали: от СССР к современной России // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2021. – №2. – С. 179-183.
3. Бунецкий Л.Л. Нравственные ориентации современной молодежи в выстраивании новых стратегий жизненного смысла // Ломоносовские чтения. Материалы ежегодной научной конференции МГУ. – Севастополь: Филиал МГУ в Севастополе, 2022. – С. 144-151.
4. Абдурасули К. Научные исследования против ЛГБТ-пропаганды // Студент года 2020. Сборник статей XIII Международного научно-исследовательского конкурса. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2020. – С. 352-354.
5. Зекунова П.А., Сидоров Ю.И. Отношение студенческой молодежи к представителям ЛГБТ-сообщества: гендерный аспект // Гендерные ресурсы современного мира – 2021. Гендерный калейдоскоп – 2021. Материалы Четвертой Всероссийской видеоконференции с международным участием. – Ростов-на-Дону: Общество с ограниченной ответственностью «Фонд науки и образования, 2021. – С. 142-147.
6. Панкратов С.А., Панкратова Л.С. Сексуальная культура современной российской молодежи: опыт социологического исследования // Казанская наука. – 2015. – №8. – С. 127-131.
7. Фокина А.Е., Черепанова М.И. Толерантность студенческой молодежи к сексуальным девиациям в современном обществе // Труды молодых ученых Алтайского государственного университета. Материалы Второй региональной молодежной конференции «Мой выбор – наука!». – Барнаул: Изд-во Алтайского гос. ун-та, 2015. – С. 87-90.
8. Дорогина И.В., Рыбьякова А.В. Отношение к людям с нетрадиционной сексуальной ориентацией // Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований. – 2020. – Т.1. – С. 62-66.
9. Петина Т.М. и Гридина В.В. Особенности проявления толерантности современной молодежи к сексуальным меньшинствам: социологический анализ // Культура, управление, экономика, право. – 2019. – №3. – С. 8-15.
10. Тарасова Л.Е. Исследование дискриминационных установок в отношении к представителям молодёжных субкультур // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. – 2022. – № 5 (207) – С. 580-583.
11. Теплякова С.А., Есина С.В. Гомосексуальная личность – феномен социальный и культурный // Молодой ученый. — 2019. — № 2.1 (240.1). — С. 42-44. — URL: <https://moluch.ru/archive/240/55624/> (дата обращения: 04.12.2022).
12. Рикель А.М. Социальные представления о гомосексуальности у разных представлений современных россиян // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. – 2020. – № 4. – С. 110–134.
13. Балашова Е.С., Богачева А.В., Кочеганова П.П. К вопросу о гендерной самоидентификации студентов в контексте современного правозащитного дискурса в Российской Федерации // Азимут научных исследований: педагогика и психология. – 2018. – Т. 7. – № 2(23). - С.339 – 342.
14. Жабский М.И., Божко Ю.В. Социология кино. – М.: Канон+, 2020. – 512 с.
15. Цветков А. Синемарксизм. – М.: Рипол-Классик, 2019 – 522 с.
16. Вайбург А.В. Роль кинематографа в процессе социализации молодого поколения // Вестник ТвГТУ. Серия Науки об обществе и гуманитарные науки. – 2018. – Вып. 2. – С. 105-111.
17. Рожкова К.Л., Сазина Д.А. Исследование кинематографа как социального института: постановка проблемы // Актуальные проблемы развития человеческого потенциала в современном обществе. Материалы VI Междун. науч.-практ. конф. (Пермь, декабрь, 2017). – Пермь: ПГНИУ . 2017. – С. 134-138.
18. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека. М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 464 с.
19. Конишевский Д.В. Манипулятивное воздействие на социальные процессы как средство тотальной деконструкции // Омский научный вестник. – 2010. – №6 (92). – С. 235-238.
20. Скрипкарь М.В. Воздействие манипулятивных технологий кинематографа на процесс социализации и формирование ценностных ориентации молодежи. Автореф...к.с.н. – Чита, 2009 – 24 с.
21. Harrington C. Lee. The ars moriendi of US serial television : Towards a good textual death // International Journal of Cultural Studies. – 2013. – № 16 (6). – Pp. 579–595.
22. Тищенко Н.В. Развитие исследований кинематографа: от «языка кино» к «языку социума» // Теория и практика общественного развития. – 2014. – №15. – С. 89-91.
23. Делёз Ж. Кино. – М: Изд-во «Ад Маргинем», 2004. – 316 с.

24. Козлова О.Н. Манипуляция сознанием и субъектность в XXI века // Вестник РГУ. Серия Философия. Социология. Искусствоведение. – 2010. – №3 (46). – С. 113-130.
25. Грицан А.В. Роль США в мировых медиапотоках и их влияние на аудиовизуальный рынок России // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия Социальные науки. – 2016. – №3. – С.139-148.
26. Трепакова А.В. Современное американское кино в социально-культурном аспекте. Автореф....к.культурологии. – М., 2003 – 25 с.
27. Future Oscar Films Must Meet Diversity Standards (Будущие фильмы Оскара должны соответствовать стандартам разнообразия). URL: <https://www.vanityfair.com/hollywood/2020/09/academy-awards-best-picture-inclusion-representation-diversity> (дата обращения: 25.01.2023).
28. Якоба И.А. Деконструкция технологии «Окно Овертона» в американском медийном дискурсе // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2019. – № 5 (92). – С. 175-187.

Информация об авторах

Нурутдинова Аида Наильевна, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций, кафедра общей и этнической социологии, кандидат социологических наук.
e-mail: aida-nur@mail.ru

Пеунов Никита Юрьевич, социолог, АНО «Независимый исследовательский Центр».
e-mail: orgkomitet.2017.nic@yandex.ru

Nurutdinova A.N., Peunov N.Yu.

THE INFLUENCE OF CINEMA ON THE ATTITUDE OF RUSSIAN YOUTH TO REPRESENTATIVES OF LGBT COMMUNITIES: SOCIOLOGICAL DISCOURSE

Abstract. The manipulative influence of modern mainstream cinema on the attitude of young people to the LGBT theme is analyzed. The dynamics of the transformation of the topic of non-traditional sexual relations in cinematography is traced on the example of Oscar-winning films. The presentation of this topic in world cinema over the past decades has changed according to the "Overton window", changing the perspective of perception from unacceptable to acceptable and popular. Homosexuality and gender reassignment have turned from social deviation into an approved social norm. An analysis of film preferences of Russian youth showed that young people who are fond of modern world cinema are loyal to LGBT movie characters and non-traditional sexual relationships in real life. A critical attitude towards the theme of LGBT in cinema and in life is present among the part of the youth who watches films, focusing on their themes and moral message.

Keywords: modern cinematography, manipulation, Overton window, LGBT, youth.

Literature

1. Federal Law No. 479-FZ dated 05.12.2022 "On Amendments to the Code of Administrative Offences of the Russian Federation". URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_433217 (date of reference: 13.02.2023).
2. Tuzhba E.N. Dynamics of sexual morality: from the USSR to modern Russia // Humanities, socio-economic and social sciences. - 2021. – No.2. – Pp.179-183.
3. Bunetsky L.L. Moral orientations of modern youth in building new strategies of life meaning // Lomonosov readings. Materials of the annual scientific conference of Moscow State University. – Sevastopol: MSU Branch in Sevastopol, 2022. – Pp. 144-151.
4. Abdurasuli K. Scientific research against LGBT propaganda // Student of the Year 2020. Collection of articles of the XIII International Research Competition. – Penza: ICNS "Science and Education", 2020. – Pp. 352-354.
5. Zekunova P.A., Sidorov Yu.I. The attitude of student youth to representatives of the LGBT community: gender aspect // Gender resources of the modern world - 2021. Gender kaleidoscope – 2021. Materials of the Fourth All-Russian Videoconference with international participation. – Rostov-on-Don: Limited Liability Company "Foundation of Science and Education, 2021. – Pp. 142-147.
6. Pankratov S.A., Pankratova L.S. Sexual culture of modern Russian youth: experience of sociological research // Kazan Science. – 2015. – No. 8. – Pp. 127-131.
7. Fokina A.E., Cherepanova M.I. Tolerance of student youth to sexual deviations in modern society // Proceedings of young scientists of Altai State University. Materials of the Second Regional Youth Conference "My choice is science!". – Barnaul: Publishing House of the Altai State University, 2015. – Pp. 87-90.

8. Dorogina I.V., Rybyakova A.V. Attitude to people with non-traditional sexual orientation // *Modern society: questions of theory, methodology, methods of social research.* – 2020. – Vol.1. – Pp. 62-66.
9. Petinova T.M. and Gridina V.V. Features of the manifestation of tolerance of modern youth to sexual minorities: a sociological analysis // *Culture, management, economics, law.* – 2019. – No. 3. – Pp. 8-15.
10. Tarasova L.E. The study of discriminatory attitudes towards representatives of youth subcultures // *Scientific notes of the P.F. Lesgaft University.* – 2022. – № 5 (207) – Pp. 580-583.
11. Teplyakova S.A., Esina S.V. Homosexual personality – a social and cultural phenomenon // *Young scientist.* – 2019. – № 2.1 (240.1). – Pp. 42-44. – URL: <https://moluch.ru/archive/240/55624/> (date of reference: 04.12.2022).
12. Rikel A.M. Social ideas about homosexuality in different representations of modern Russians // *Bulletin of the Moscow University. Series 14. Psychology.* – 2020. – No. 4. – Pp. 110-134.
13. Balashova E.S., Bogacheva A.V., Kocheganova P.P. On the issue of gender self-identification of students in the context of modern human rights discourse in the Russian Federation // *Azimut of scientific research: pedagogy and psychology.* – 2018. – T. 7. – № 2(23). – Pp.339-342.
14. Zhabsky M.I., Bozhko Yu.V. *Sociology of cinema.* – M.: Canon+, 2020. – 512 p.
15. Tsvetkov A. *Sinomaxism.* – M.: Ripoll-Classic, 2019 – 522 p.
16. Vainberg A.V. The role of cinema in the process of socialization of the younger generation // *Tvsu Bulletin. A series of Social Sciences and Humanities.* – 2018. – Issue 2. – Pp. 105-111.
17. Rozhkova K.L., Sasina D.A. The study of cinema as a social institution: statement of the problem // *Actual problems of human potential development in modern society. Materials of the VI International Scientific and Practical Conference (Perm, December, 2017).* – Perm: PGNIU. 2017. – Pp.134-138.
18. McLuhan M. *Understanding Media: external extensions of a person.* M.: CANON-press-Ts, Kuchkovo field, 2003. – 464 p.
19. Konishevsky D.V. Manipulative influence on social processes as a means of total deconstruction // *Omsk Scientific Bulletin.* – 2010. – №6 (92). – Pp. 235-238.
20. Skripkar M.V. The impact of manipulative cinema technologies on the process of socialization and the formation of value orientations of youth. Abstract...Ph.D. – Chita, 2009 – 24 p.
21. Harrington C. Lee. The ars moriendi of US serial television : Towards a good textual death // *International Journal of Cultural Studies.* – 2013. – № 16 (6). – Pp. 579-595.
22. Tishchenko N.V. Development of cinema studies: from the "language of cinema" to the "language of society" // *Theory and the practice of social development.* - 2014. – No. 15. – Pp. 89-91.
23. Deleuze J. *Cinema.* – Moscow: Publishing house "Ad Marginem", 2004. – 316 p.
24. Kozlova O.N. Manipulation of consciousness and subjectivity in the XXI century // *Bulletin of the Russian State University. Philosophy series. Sociology. Art history.* – 2010. – №3 (46). – Pp. 113-130.
25. Gritsan A.V. The role of the USA in global media flows and their impact on the audiovisual market of Russia // *Bulletin of the Nizhny Novgorod University named after N.I. Lobachevsky. Social Sciences series.* - 2016. – No. 3. – pp.139-148.
26. Trepakova A.V. Modern American cinema in the socio-cultural aspect. Abstract....K. of cultural studies. – M., 2003 – 25 p.
27. Future Oscar Films Must Meet Diversity Standards. URL: <https://www.vanityfair.com/hollywood/2020/09/academy-awards-best-picture-inclusion-representation-diversity> (date of reference: 25.01.2023).
28. Yakoba I.A. Deconstruction of the "Overton Window" technology in American media discourse // *Bulletin of Cherepovets State University.* – 2019. – № 5 (92). – Pp. 175-187.

Authors

Nurutdinova Aida Nailevna, Associate Professor, Kazan (Volga Region) Federal University, Institute of Social and Philosophical Sciences and Mass Communications, Department of General and Ethnic Sociology, Candidate of Sociological Sciences.

e-mail: aida-nur@yandex.ru

Peunov Nikita Yurievich, sociologist, ANO Independent research Center.

e-mail: orgkomitet.2017.nic@yandex.ru

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ: СТРУКТУРА, ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ (РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ)

DOI: 10.26907/2079-5912.2023.1.58-61

Аннотация. В статье рассматриваются потребительские возможности населения с позиций системного подхода, деятельностной парадигмы, теории общества потребления, уточняются базовые понятия. Анализируются результаты авторских эмпирических исследований, делаются выводы о структуре, динамике развития и особенностях потребительских возможностей населения Республик Татарстан и Республики Марий Эл.

Ключевые слова: потребление, потребительская деятельность, потребительские возможности населения, общество потребления.

Республика Татарстан (РТ) и Республика Марий Эл (РМЭ) представляют собой достаточно развитые в социально-экономическом смысле субъекты Российской Федерации. Согласно классификации Ю.Н. Сагидова, РТ относится к развитым российским регионам с диверсифицированной экономикой, тогда как РМЭ можно рассматривать как среднеразвитую аграрно-промышленную территориальную единицу России [1, с. 103]. Различное положение данных регионов в иерархии уровней социально-экономического развития позволяет выявить особенности факторов и условий, определяющих покупательские предпочтения и потребительские возможности населения. Это особенно актуально в условиях институционализации общества потребления в общемировом масштабе, когда потребительские практики приобретают глобальное измерение.

Фокус внимания авторов статьи сосредоточен на особенностях динамики потребительских возможностей населения РТ и РМЭ в послекризисный период на протяжении 2010-х годов 21 века, который по своим масштабам и последствиям сопоставим с Великой депрессией 1930-х гг.. Именно в условиях подобных кризисов и экономических спадов наиболее явно обнажаются полюса социальной дифференциации современного общества, обостряются проблемы потребительского поведения социально незащищенных слоев.

Понятие «потребительские возможности» применяется в работе исходя из значения понятия «потребление» («consumption»), которое трактуется как процесс использования товаров или услуг для удовлетворения экономических потребностей [2, с. 63]. Потребительские возможности – это сложный и противоречивый комплекс материальных и духовных средств, характерных для генезиса, функционирования и развития потребительских практик, таких как: наличные деньги, банковские счета, ценные бумаги, драгоценности, движимое и недвижимое имущество; а также определяющих данные практики потребительских мотиваций, настроений, предпочтений и ориентаций. Понятие потребительских возможностей выступает ключевым в концепции общества потребления, поскольку низкий покупательский потенциал населения ставит барьер на пути регулярного и масштабного приобретения обширного и разнообразного набора товаров и услуг. Без повседневной массовой покупательско-потребительской активности никакое насколько-нибудь развитое общество потребления немислимо. В контексте дискурса о том, насколько обосновано и правомерно рассматривать российский социум как общество потребления, полезным с эвристической точки зрения представляется осмысление мнений граждан, вовлеченных в процесс предпринимательства и покупательско-потребительских интеракций. Авторы в рамках своих научных интересов рассматривали про-

блему потребительского поведения различных социальных групп, например, работников бюджетной сферы [3]. Также при анализе вопросов, связанных с потреблением, опирались на труды зарубежных (Й. Шумпетер Д.Б. Кларк) [4,5] и отечественных (В.В. Радаев, Я. М. Рощина) [6,7] ученых, которые рассматривали феномен потребительского поведения с позиции теории «экономического человека», его моделей, социально-культурных и экономических факторов.

Рассмотрим результаты авторского исследования (n=100), в опросах приняло участие по 50 экспертов от РТ и РМЭ. Критерием отбора субъектов предпринимательства на роль экспертов выступали: активность и непосредственность участия в процессах повседневных взаимодействий «продавцов» и «покупателей», обладание достоверной информацией о масштабах потребительских возможностей населения. Также была применена вебберовская концепция акторов политической активности,

согласно которой последних следует разделять на политиков по призванию, по профессии, по совместительству и по случаю [8, с. 652-653], что применимо при социально- профессиональном анализе предпринимательского сообщества.

В проведенном исследовании объемы потребительских возможностей дифференцировались на три уровня: высокий, средний и низкий. Рассмотрим данные, касающиеся динамики («высоких») уровней потребительских возможностей. Именно данный уровень имманентно присущ развитому обществу потребления, выступающему ориентиром отечественного социально- экономического развития последних десятилетий. Проанализируем диаграммы, отражающие динамику и соотношение («высоких») уровней потребительских возможностей в базовых сегментах покупательской активности населения РТ (Рисунок 1) и РМЭ (Рисунок 2), сравним эволюцию и выделим базовые региональные тренды.

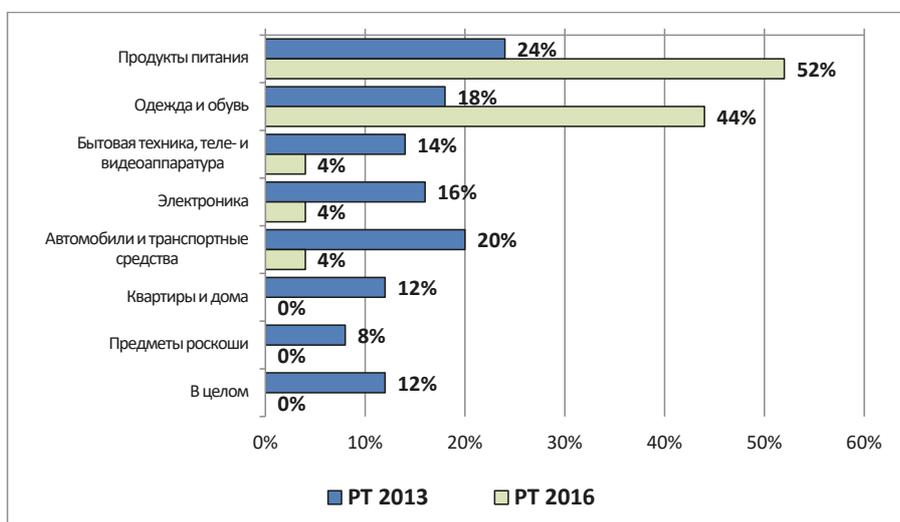


Рисунок 1. Динамика показателей высокого уровня потребительских возможностей жителей РТ

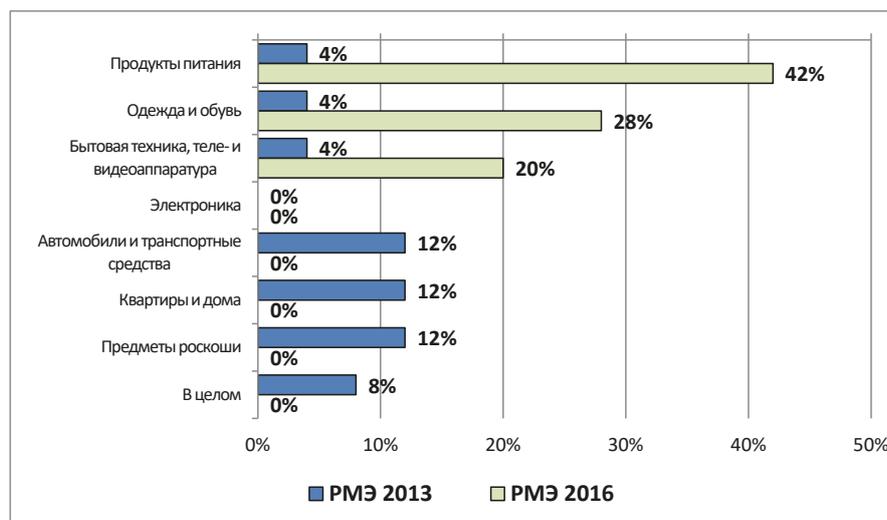


Рисунок 2. Динамика показателей высокого уровня потребительских возможностей жителей РМЭ

Так, согласно полученным данным, потребительские возможности в отношении приобретения продуктов питания, одежды и обуви растут достаточно динамично на протяжении всего периода анализа. Причем в РМЭ, подъем потребления продуктов питания более существенен, но его доля в общей корзине меньше, чем в РТ. Сегмент потребления дорогостоящих товаров (автомобили, дома, квартиры, предметы роскоши и даже бытовая техника и электроника) также систематически сокращается и снижается его доля в общей потребительской корзине респондентов. Только по категории товаров бытовая техника и теле-видеоаппаратура в РМЭ есть некоторый подъем и в доле, и по отношению к другим категориям товаров.

Данная тенденция не является характерной для классического общества потребления, так как согласно формуле Э. Энгеля, называемой «кривой Энгеля» [9], при росте доходов семей и одиноких людей доля расходов на приобретение продуктов питания и одежды уменьшается в общей массе потребительских трат. В то же время в РТ и РМЭ потребительские возможности покупки еды, одежды и обуви, по мнению опрошенных, возрастают, а потребительские возможности приобретения более дорогостоящих товаров падают; за исключением бытовой техники (РМЭ). Следовательно, несмотря на существующую непрерывную индексацию доходов населения и их официальный рост, в реальном измерении объем денежных средств населения чрезвычайно ограничен и продолжает сокращаться. Эту картину отражает тенденция сужения его потребительских возможностей, изменение их структуры в сторону радикального увеличения потребления товаров первоочередной необходимости, таких как еда,

одежда, обувь и неспособности приобрести товары длительного пользования, не связанные с первоочередными нуждами.

Итак, потребительские возможности и потребительское поведение населения находятся под существенным влиянием сложившихся социально-экономических условий. Люди вынуждены прибегать к стратегии экономии, однако даже в этом случае продолжают приобретаться продукты и товары первой необходимости. При покупке товаров длительного пользования россияне предпочитают ориентироваться главным образом на качество, а снижение доходов значительной части населения привело к тому, что приоритетными стали покупка продуктов и товаров первой необходимости, а траты на товары длительного пользования существенно уменьшились, а то и вовсе были исключены из статей расходов. Но в условиях рыночного общества необходимо помнить, что принятие индивидами решений о вложении финансов в покупку разного рода товаров и услуг, то есть, по сути, вложении средств в экономику является главенствующим условием социально-экономического развития. Понимание механизмов, которые являются фундаментом при принятии решений потребителем и управления им дает возможность развивать экономику страны, поднимать уровень гражданского общества и общества потребления и соответственно повышать уровень жизни. Поэтому, необходимо постоянное изучение проблем управления потребительскими возможностями и потребительским поведением населения и отдельных социально-демографических и поселенческих групп на федеральном и региональном уровне.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Сагидов Ю.Н. Активизация развития аграрно-ориентированных регионов России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktivizatsiya-razvitiya-agrarno-orientirovannyh-regionov-rossii/viewer>. – Дата обращения (31.03.22).
2. Потребление // Большой толковый социологический словарь (Collins). Том 2(П-Я): Пер с англ. – М.: Вече, АСТ, 1999. – С. 63.
3. Хайруллина Ю.Р., Мустафина Э.Р. Потребительское поведение работников бюджетной сферы: гендерный аспект // Материалы международной научно-практической конференции VIII Дильновские чтения «Современное общество в условиях социальной неопределенности: теория и практика»: Саратов: Изд-во «Саратовский источник», 2021. – 331 с.
4. Шумпетер, Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия: пер. с нем. и англ. / Й. А. Шумпетер. – М.: Эксмо, 2007. – 862 с.
5. Кларк, Дж. Б. Распределение богатства // Белоусов, В. М. История экономических учений: учеб. пособие. – Ростов н/Д: Феникс, 1999. – 589 с.
6. Радаев, В. В. Социология потребления / В. В. Радаев // Социологические исследования. – 2005. – № 3. – 34 с.
7. Рощина Я. М. Социология потребления. М.: ГУ-ВШЭ, 2007. – 448 с.
8. Вебер М. Основные социологические понятия // Вебер М. Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990.
9. Engel, E. (1857). Die Productions- und Consumtionsverhältnisse des Königreichs Sachsen [The Production and Consumption Relations of the Kingdom of Saxony]. Zeitschrift des Statistischen Bureaus des Königlich Sächsischen Ministeriums des Innern, 8(3), 1-54.

Информация об авторах

Тюленев Александр Иванович, доцент кафедры социальных наук и технологий Факультета социальных технологий Поволжского государственного технологического университета

E-mail: Lab5@ya.ru

Хайруллина Юлдуз Ракибовна, д. социол. н., проф. кафедры общей и этнической социологии, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций, гл. н. с. ЦПЭИ АН РТ

E-mail: iouldouz@narod.ru

Tyulenev A.I., Khayrullina Yu.R.

CONSUMER OPPORTUNITIES OF THE POPULATION: STRUCTURE, DYNAMICS OF DEVELOPMENT (REGIONAL ASPECT)

Abstract. The article examines the consumer opportunities of the population from the standpoint of a systematic approach, activity paradigm, the theory of the consumer society, and clarifies the basic concepts. The results of the author's empirical research are analyzed, conclusions are drawn about the structure, development dynamics and characteristics of consumer opportunities of the population of the Republics of Tatarstan and the Republic of Mari El.

Keywords: consumption, consumer activity, consumer opportunities of the population, consumer society.

Literature

1. Sagidov Yu.N. Activation of the development of agrarian-oriented regions of Russia [Electronic resource]. – Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktivizatsiya-razvitiya-agrarno-orientirovannyh-regionov-rossii/viewer> - Date of access (31.03.22).
2. Consumption // Large explanatory sociological dictionary (Collins). Volume 2 (П-Я): Translated from English. – M.: Veche, AST, 1999. – P.63.
3. Khairullina Yu.R., Mustafina E.R. Consumer behavior of public sector employees: gender aspect // Proceedings of the international scientific-practical conference VIII Dylnovskaya readings "Modern society in conditions of social uncertainty: theory and practice": Saratov: Publishing house "Saratov source", 2021. – 331 p.
4. Schumpeter, J. A. Theory of economic development. Capitalism, socialism and democracy: transl. with him. and English / J. A. Schumpeter. – M.: Eksmo, 2007. – 862 p.
5. Clark, J. B. Distribution of wealth // Belousov, V. M. History of economic doctrines: textbook. allowance. – Rostov n / D: Phoenix, 1999. – 589 p.
6. Radaev, VV Sociology of consumption / VV Radaev // Sociological research. – 2005. – No. 3. – 34 p.
7. Roshchina Ya. M. Sociology of consumption. – M.: GU-HSE, 2007. – 448 p.
8. Weber M. Basic sociological concepts // Weber M. Selected works. – M.: Progress, 1990.
9. Engel, E. (1857). Die Productions- und Consumtionsverhältnisse des Königreichs Sachsen [The Production and Consumption Relations of the Kingdom of Saxony]. Zeitschrift des Statistischen Bureaus des Königlich Sächsischen Ministeriums des Innern, 8(3), 1-54.

Authors

Tyulenev Alexander Ivanovich, Associate Professor, Department of Social Sciences and Technologies, Faculty of Social Technologies, Volga State Technological University

E-mail: Lab5@ya.ru

Khayrullina Yulduz Rakibovna, Doctor of Sociology, Professor at the Department of General and Ethnical Sociology, Kazan (Volga Region) Federal University, Institute of Social and Philosophical Sciences and Mass Communications, main scientific worker of CAER AS RT

E-mail: iouldouz@narod.ru

КАЗАНСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЙ ВЕСТНИК
#1 2023 (58)

Подписано в печать 1.03.2023

Дата выхода в свет 1.03.2023

Формат 60 x 84 1/8

Усл. печ. л. 7,2. Тираж 300 экз. Заказ № 90/2.

Цена свободная

Отпечатано в типографии
Издательства Казанского университета

Адрес издателя: 420008, г. Казань,
ул. Профессора Нужина, 1/37

тел. (843) 206-52-14 (доп. 1705), 206-52-14 (доп. 1704)