

ВЕСТНИК
ТОМСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА

ФИЛОСОФИЯ. СОЦИОЛОГИЯ.
ПОЛИТОЛОГИЯ

Tomsk State University Journal
of Philosophy, Sociology and Political Science

Научный журнал

2014

№ 1 (25)

Свидетельство о регистрации
ПИ № ФС77-30316 от 19 ноября 2007 г.

Журнал входит в «Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук» Высшей аттестационной комиссии



РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Суровцев В.А. (Томск, Россия) –
главный редактор
Рыкун А.Ю. (Томск, Россия) –
зам. главного редактора
Сухушина Е.В. (Томск, Россия) –
ответственный секретарь
Щербинин А.И. (Томск, Россия)
Сыров В.Н. (Томск, Россия)
Южанинов К.М. (Томск, Россия)

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Джонсон Марк С. (Университет Висконсина, Мэдисон)
Чалаков Иван (Университет Пловдива)
Вавилина Н.Д., (Новосибирск, Россия)
Романов П.В. (Москва, Россия)
Константиновский Д.Л. (Москва, Россия)
Черныш М.Ф. (Москва, Россия)
Ярская-Смирнова Е.Р. (Москва, Россия)

EDITORIAL BOARD

Surovtsev V.A. (Tomsk, Russia) –
Editor-in-Chief;
Rykun A.U. (Tomsk, Russia) –
Deputy Editor-in-Chief;
Sukhushina E.V. (Tomsk, Russia) –
Executive Editor;
Sherbinin A.I. (Tomsk, Russia);
Syrov V.N. (Tomsk, Russia);
Uzhaninov K.M. (Tomsk, Russia)

EDITORIAL COUNCIL

Johnson Mark S. (University of Wisconsin, Madison);
Tchalakov Ivan (University of Plovdiv);
Vavilina N.D. (Novosibirsk, Russia);
Romanov P.V. (Moscow, Russia)
Konstantinovskiy D.L. (Moscow, Russia);
Chernysh M.F. (Moscow, Russia);
Iarskaia-Smirnova E.R. (Moscow, Russia)

СОДЕРЖАНИЕ

СОЦИОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ

Абрамова М.О., Рыкун А.Ю., Сухушина Е.В., Южанинов К.М. Образовательные, трудовые и миграционные ориентации студентов томских университетов	5
Быков А.А., Жукова А.В. Генезис понятия «благотворительность» в российской традиции: нормативно-правовое обеспечение и формы реализации	19
Галиндабаева В.В. Трудовые мигрантки: межпоколенческие отношения в семьях сельских мигрантов в Бурятии	31
Григоричев К.В. «Ни к селу, ни к городу»: символическое пространство пригородов Иркутска	42
Малый В.И., Гусев В.В. Влияние политического и экологического акторов на социальный механизм современного моногорода	56
Можяева Реня П.Н. Модель кризисных коммуникаций для преодоления форс-мажорных ситуаций в туристической сфере.....	67
Сухушина Е.В., Рыкун А.Ю., Погодаев Н.П. Городское пространство – опыт исследования	84
Шпагин С.А., Александрова Ю.К. Инновационная политика Томской области в зеркале социальной экспертизы	99

СОЦИАЛЬНАЯ ТЕОРИЯ

Абрамов Р.Н. Профессионализация научной журналистики в России: сообщество, знание, медиа	111
Головацкий Е.В. Принципы типологизации ресурсов политических нововведений	124
Иванова Н.А. О новых тенденциях в социальной эпистемологии: агент-структурный подход и «поворот к материальному».....	133
Карнаухова Н.А. Управление коммуникационно-репутационным полем организации.....	148
Попова Е.В., Каменщикова А.М., Шадрин Г.Н. Политика оценки научных проектов: стратегии оценщиков и заявителей.....	165
Самофалова Е.И. Социальные сети как инструмент для изучения структуры высшего образования и образовательной миграции: социологический анализ феномена	187
Фатнева Е.В. Представительные органы сельских поселений: институт или институция?.....	200
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	209

CONTENT

SOCIOLOGY OF SOCIAL SPHERE

Abramova M.O., Rykun A.U., Sukhushina E.V., Uzhaninov K.M. Contemporary regional students and their educational, employment and migration plans	5
Bykov A.A., Zhukova A.V. Genesis of the concept of “charity” in Russian history: regulatory support and forms of implementation.....	19
Galindabaeva V.V. Labor migrants: intergenerational relationships in rural migrants’ families in Buryatia	31
Grigorichev K.V. «Neither Urban nor Rural»: symbolic space suburbs Irkutsk	42
Maliy V.I., Gusev V.V. Impact of political and environmental actors on the social mechanism of the modern company towns	56
Mozhaeva Renha P.N. Model of crisis communications for overcoming force majeure situations in the tourism sphere.....	67
Sukhushina E.V., Rykun A.U., Pogodaev N.P. The city space intergenerational	84
Shpagin S.A., Alexandrova J.K. Social expertise of innovation policy in the Tomsk region	99

SOCIAL THEORY

Abramov R.N. Professionalisation of science journalism in Russia: community, knowledge, media	111
Golovatsky E.V. Principles of Political Innovation typology resources.....	124
Ivanova N.A. New tendencies in a social epistemology: agent-structural approach and «turn to the material».....	133
Karnaikhova N.A. Control of communication-reputation field organization.....	148
Popova E.V., Kamenschikova A. M., Shadrina G. N. Assessment criteria for evaluation of research projects: strategies of experts and applicants.....	165
Samofalova E.I. Social networks as a tool for studying the higher education structure and educational migration: a sociological analysis of the phenomenon	187
Fatneva E.V. Representative bodies of rural settlements: institute or institution?.....	200
INFORMATION ABOUT THE AUTHORS	209

СОЦИОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ

УДК 316:44

М.О. Абрамова, А.Ю. Рыкун, Е.В. Сухушина, К.М. Южанинов

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ, ТРУДОВЫЕ И МИГРАЦИОННЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СТУДЕНТОВ ТОМСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ

Сотрудниками кафедр социальной работы и социологии философского факультета ТГУ методом формализованного интервью весной 2013 г. опрошены студенты, обучающиеся на старших курсах шести высших учебных заведений города Томска. Среди задач исследования было выявление жизненных планов студентов после получения диплома. Рассматриваются миграционные ориентации студентов, оценка возможностей их трудоустройства и готовность к организации собственного дела, а также же планы по продолжению образования.

Ключевые слова: студенческая молодежь, мобильность, миграция, образовательные планы, трудоустройство, университеты.

Интерес к изучению молодежи как отдельной группы, отличной от взрослых и детей, являлся весомым среди значительного числа социальных исследователей как на протяжении всего XX века, так и в настоящее время [1]. Имеются исследования, посвященные изучению феномена молодежи в целом, исследуются и ее отдельные подгруппы, в том числе студенческая молодежь, рабочая и другие [2, 3]. При этом среди традиционных тем, находящихся в фокусе, находятся ценностные ориентации, миграционная активность, субкультуры, девиантное поведение, поведение на рынке труда и в сфере образования и других [4].

Томск – университетский город. Как отмечено в его уставе, научно-образовательный комплекс играет роль градообразующего, и томский НОК первым появился в азиатской части России [5]. В городе действует десять учреждений, реализующих программы высшего профессионального образования, шесть из них являются государственными университетами. В учебные заведения Томска поступают как выпускники школ города и Томской области, так и приезжая молодежь из других субъектов Федерации, а также других стран. По доле студентов в общем числе населения Томская область занимает третье место в России (по данному показателю ее опережают только Москва и Санкт-Петербург): фактически каждый пятый житель полумиллионного Томска – студент. При этом более 50 процентов студентов – иногородние, из которых девять процентов – иностранные студенты [6].

Очевидно, что студенты вузов оказывают значительное влияние на жизнь города в самых разных сферах. Актуальной задачей, стоящей перед Томской областью, является создание условий для того, чтобы наиболее талантливые и успешные выпускники университетов оставались на территории региона.

Основой для подготовки данной статьи выступают результаты социологического исследования, проведенного коллективом сотрудников кафедр со-

циологии и социальной работы философского факультета Томского государственного университета. Сбор данных проводился с 13 по 20 мая 2013 г. методом формализованного интервью. Опрашивались студенты очной формы обучения шести государственных университетов: Томского государственного университета (ТГУ), Томского политехнического университета (ТПУ), Томского университета систем управления и радиоэлектроники (ТУСУР), Сибирского государственного медицинского университета (СибГМУ), Томского государственного педагогического университета (ТГПУ) и Томского государственного архитектурно-строительного университета (ТГАСУ). Поскольку в задачах исследования речь шла о выяснении имеющихся планов после окончания обучения, из генеральной совокупности были исключены студенты младших курсов. В ходе исследования опрашивались студенты старших курсов бакалавриата и специалитета (3–5-й год обучения) и обучающиеся в магистратуре.

Методом отбора респондентов послужила пропорциональная стратифицированная выборка: для каждого вуза выборка строилась отдельно, объем выборки в каждом вузе соответствовал доле обучающихся в конкретном учреждении. Кроме того, для коррекции выборки использовались квоты по полу и курсу обучения, а также предыдущему месту проживания (местные/иностранцы/иногородние/иностранцы студенты). Общее количество опрошенных составило 1060 респондентов. После ремонта выборки доля обработанных анкет составила 990.

Исследование проводилось по заказу Администрации Томской области.

Миграционные ориентации студентов

Тема миграции является одной из самых актуальных на протяжении последних лет. Чаще всего поднимаются вопросы, касающиеся приезжающих в страну с целью работы. Обсуждается, насколько трудовые мигранты необходимы или, напротив, мешают развитию экономики [7]. Одновременно не следует забывать об иных мигрантах, тех, кто приезжает с целью учебы, а также о значимости перемещений как внутри страны, так и за ее пределами.

Молодежь является одной из самых активных и готовых к мобильности социальных групп [8]. С одной стороны, в силу возраста, отсутствия у большинства собственной семьи, отсутствия простроенной карьеры, а с другой, наличия амбиций они больше других открыты новому опыту, неопределенности, изменениям географическим, материальным, семейным и иным. Молодые люди меньше рефлексиируют относительно последствий, которые могут быть после соприкосновения с неопределенностью, вследствие чего смелее идут на возможный риск [9. С.7].

Хотя в целом под мобильностью могут подразумеваться социальная (изменение своего положение на социальной лестнице), культурная (перемещение между субкультурами) и другие, в данном случае мы будем рассматривать только географическую мобильность, т. е. наличие опыта и готовности к миграции – перемене места жительства.

Среди молодежи учащиеся высших учебных заведений, пожалуй, одна из наиболее мобильных групп. Дополнительная возможность перемещений для них – это академическая мобильность. Собственно, подавляющее большинство студентов уже имеют опыт переезда: среди тех, кто принял участие в опросе, больше половины приехали в Томск для получения высшего образования (62%). При этом больше всего тех, кто является выходцами из других населенных пунктов Сибирского региона (28%). Есть и те, кто проделал более длинный путь: в Томске учатся приехавшие из других частей России (10%), а также граждане стран СНГ (22%) и стран дальнего зарубежья (2%).

Далеко не все еще решили, где именно они будут жить после окончания вуза: каждый шестой не имеет ответа о месте проживания после окончания вуза (17%). Остальные дали ответы о своих намерениях, однако и среди них далеко не все определились окончательно: фактически каждый третий выбирает между несколькими вариантами¹.

Планируют остаться жить в Томской области чуть менее половины обучающихся (43%), при этом главным образом в двух городах – в Томске или Северске (39%). Чуть больше половины (52%) предполагают жить в одном из городов России (в т.ч. 17% в Сибирском федеральном округе). Следует отметить, что существенна доля тех, кто планирует уехать в страны дальнего зарубежья: такие планы у каждого шестого (17%). В страны СНГ меньше (6%).

Очевидно, что для части студентов после получения диплома характерно желание вернуться к себе домой. Однако оно свойственно далеко не каждому. Одновременно имеются студенты, которые приехали в Томск для получения образования и хотели бы закрепиться здесь и в будущем. Если рассматривать зависимость выбора дальнейшего места проживания от того, является ли студент местным жителем или приезжим, то разница очевидна. Города Томск и Северск являются приоритетным местом последующего места жительства для томичей (здесь планируют жить 66% томичей и жителей области), при этом ехать в районы области хотели бы единицы (3%). Что касается иногородних, то два томских города для них менее предпочтительны, чем иные населенные пункты Российской Федерации: лишь треть (34%) планируют для будущей жизни Томск (или Северск), а о готовности жить в одном из других городов, регионов Российской Федерации заявляют чаще (43%). Одновременно, для иногородних студентов районы Томской области выглядят более привлекательными: о переезде в другие населенные пункты региона думает каждый десятый (12%). Еще четверть думают о переезде в один из городов Сибирского региона (25%). Студенты-иностранцы чаще всего выбирали один из городов РФ как планируемое место жительства (49%), на втором месте – Томск и Томская область (в совокупности 30%), на третьем – страны дальнего зарубежья (27%).

¹ Сумма ответов на вопрос о месте жительства в будущем превышает 100%, поскольку чуть менее трети (29%) еще не определились окончательно и находятся в ситуации выбора между двумя потенциальными местами проживания.

Таблица 1. Планируемое место жительства студентов после окончания вуза в зависимости от их предыдущего места проживания (в %)

	Томичи	Иногородные (другие регионы РФ)	Иностранцы
В Томске, в Северске	66	34	24
В районе Томской области	3	12	6
В одном из городов Сибирского региона	5	25	10
В одном из городов, регионов Российской Федерации	29	43	49
В одной из стран СНГ	2	3	17
В странах дальнего зарубежья	12	14	27
Еще не определился	21	15	19

Интерес вызывает межвузовское сравнение по данному показателю: наиболее мобильными являются студенты ТУСУРА, ТПУ и ТГУ – каждый пятый студент (по 20% в каждом вузе) планирует уехать после обучения в страны дальнего зарубежья. Подтверждает эту тенденцию и тот факт, что среди планирующих жить за пределами Сибирского региона РФ лидируют те же самые вузы – ТУСУР (50%), ТПУ (45%), ТГУ (43%). Правда, СибГМУ и ТГАСУ по данному показателю отстают ненамного – ТГАСУ – 42%, СибГМУ – 41%. Причем здесь необходимо учитывать тот факт, что доля прибывших из городов, находящихся за пределами Сибирского региона, составляет меньшую часть (ТГПУ – 5%, ТПУ – 14%, ТГУ – 9%, ТГАСУ – 6% и СибГМУ – 20%). Это говорит о достаточно сильном оттоке студентов, в том числе и томичей, из города после завершения процесса обучения.

Таблица 2. Планируемое место жительства в зависимости от вуза (в %)

	ТГУ	ТПУ	ТГПУ	СибГМУ	ТУСУР	ТГАСУ
В Томске, в Северске	34	25	62	41	33	48
В районе Томской области	5	1	24	9	8	9
В одном из городов Сибирского региона	18	14	9	22	24	17
В одном из городов, регионов Российской Федерации	43	45	24	41	50	42
В одной из стран СНГ	4	8	3	5	9	8
В странах дальнего зарубежья	20	20	6	13	20	17
Еще не определился	19	20	13	21	16	14

В то же время привлекательность Томска тоже достаточно велика. Наиболее привлекательным Томск и Томская область как дальнейшее место жительства являются для студентов ТГПУ (86%), ТГАСУ (57%) и СибГМУ (50%). Если сравнить две таблицы («место жительства до поступления»

и «планируемое место жительства»), то можно увидеть, что число студентов, готовых остаться в Томске и Томской области, выше общего количества коренных томичей и жителей области, данная закономерность наблюдается по всем вузам, кроме одного, – среди студентов ТПУ, согласно выборке, 36% томичей и жителей области, а в Томске и Томской области планируют остаться только 26%.

Наименее «привлекательными» с точки зрения жительства после окончания университета являются районы Томской области, другие города Сибирского региона и страны СНГ.

При этом необходимо отметить, что если бы были предоставлены все необходимые возможности (в частности, хорошая работа и жилье), то в Томской области в целом осталось бы несколько больше выпускников (45%, в том числе именно в Томске – 43%).

Факторы выбора места жительства и будущей работы

Для того чтобы понять, что может оказывать влияние на выбор студентами своего будущего места проживания, в анкете предлагался список из 17 пунктов. Среди них были перечислены самые разнообразные факторы, касающиеся состояния различных сфер жизни города: развитость рынка труда, транспортные схемы, экологическая обстановка, климат, возможности для получения образования, уровень медицины, условия для воспитания детей и другие. Каждый из предложенных факторов респондентам было необходимо оценить по степени влияния на их личное решение о месте проживания после получения диплома (предлагалась шкала «сильно влияет», «влияет, но не сильно», «нет, не влияет»; к тому же, конечно, опрашиваемым давалась возможность «затрудниться с ответом»).

Основными факторами, которые являются принципиально значимыми при выборе места жительства и будущей работы, с точки зрения самих студентов, являются те, которые непосредственно связаны с трудовой деятельностью. В первую очередь, это возможность сделать карьеру (79% опрошенных отметили сильное влияние данного фактора), размер заработной платы (76%), а также содержание («интересность») трудовой деятельности (75%). Кроме того, существенное влияние на выбор места жительства оказывает возможность приобретения жилья – данный фактор занимает второе место по значимости в общем списке факторов (77%).

Есть группа молодых людей, полагающих, что влияние описанных выше факторов на их решение о выборе места жительства, хотя и имеется, но не является сильным (по каждому из факторов доля таких студентов составляет от 15% до 19%). Однако отрицать, что будущая работа и приобретение жилья не играют существенной роли, готовы лишь единицы (3%–4%) (рис. 1).

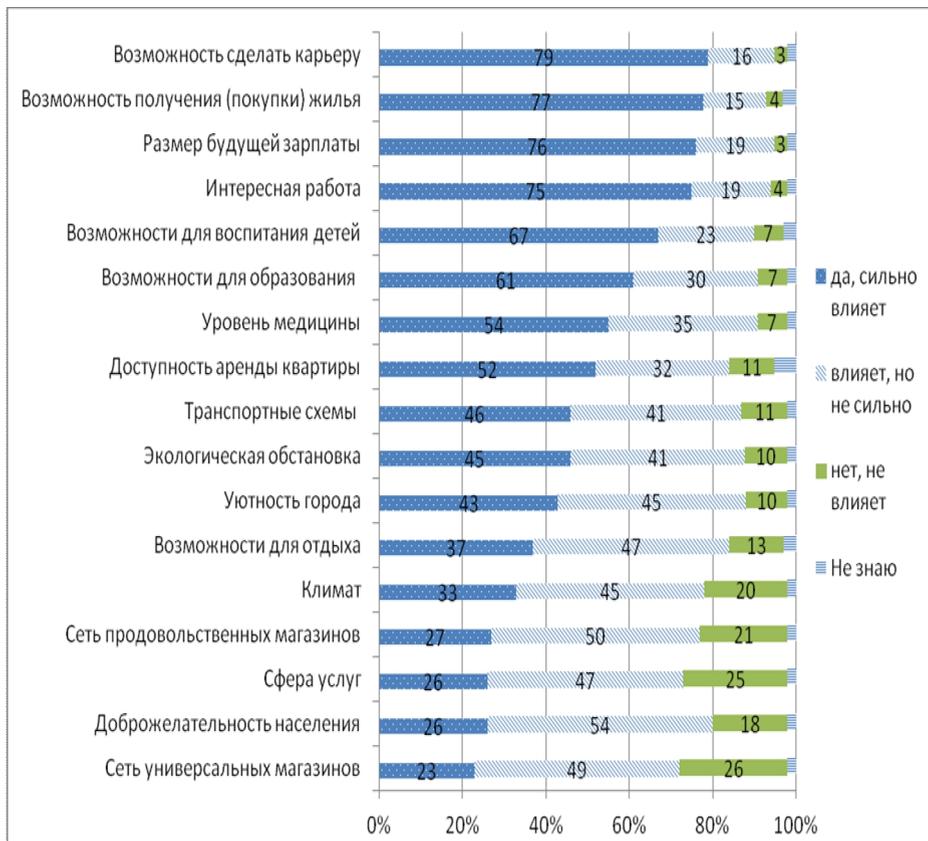


Рис. 1. Рейтинг факторов, влияющих на выбор будущего места жительства

Высока значимость при определении места для проживания у блока показателей, связанных с состоянием социальной сферы. Так, большинство студентов будут всегда обращать внимание на имеющиеся возможности для образования (61%) и для воспитания детей (67%), уровень здравоохранения (54%). Опять же лишь для незначительной доли опрошенных эти аспекты не являются значимыми (по 7%).

Далее по важности для определения будущего места проживания – доступность аренды жилья (52% отметили влияние этого фактора в качестве очень значимого). Нужно отметить, что после окончания обучения треть всех нынешних студентов планируют снимать жилье в Томске (32%) и в два раза меньше тех (15%), кто готов его покупать.

Важна для студентов и инфраструктура и состояние города: чуть меньше половины отмечают принципиальное значение удобства транспортных схем (46%), хорошей экологической обстановки (45%), уюта города (43%). Более чем для трети важны имеющиеся в городе возможности для отдыха (37%).

В целом нужно отметить, что в представленном студентам списке не нашлось ни одного пункта, который для большинства студентов не имел бы значения при определении места будущего жительства. Одновременно, по

сравнению с остальными факторами несколько меньшую роль в данном вопросе играют климат и доброжелательность населения (18–20% отмечают, что не будут обращать внимание на них), а также развитость сферы услуг, продовольственных и универсальных магазинов (21–26%).

Планы по трудоустройству

Сложности трудоустройства после получения диплома традиционно оцениваются студентами как довольно серьезные. Однако современная ситуация в России на рынке труда, которую значительное число авторов оценивают как посткризисную, создает дополнительные сложности для трудоустройства [10]. Как показывают результаты исследования, среди студентов томских университетов по данному вопросу явные оптимисты находятся в меньшинстве: в том, что найти нужную работу будет достаточно легко, уверен лишь каждый шестой (16%). Оценивая возможности своего будущего трудоустройства, чаще всего студенты считают, что им нужно будет постараться, чтобы найти себе подходящее место (43%). Еще часть настроены более пессимистично, они полагают, что трудоустройство будет сложным делом (16%). При этом есть и те, кто полагает, что вовсе не найдет подходящей работы (5%). Единичны (1%) вовсе не собираются работать.

При этом имеются и те, пусть и в небольшом числе (4%), у кого проблема трудоустройства не стоит, поскольку подходящая работа уже найдена.

Сравнительный анализ различий между вузами показывает, что значимых отклонений в оценке возможностей будущего трудоустройства у студентов нет. Исключением является, пожалуй, лишь один момент: значительно более оптимистично на данный вопрос смотрят студенты ТГПУ (27% из них выбрали вариант «я легко и быстро найду нужную мне работу» по сравнению со средним по выборке в 16%). Аналогичная ситуация наблюдалась и с негативными ответами: только 7% студентов ТГПУ полагают, что найти работу будет очень трудно по сравнению с 19% в среднем по другим вузам (только студенты ТГАСУ продемонстрировали похожий показатель в данном вопросе – 8%). Это объясняется отчасти и тем, что именно студенты ТГПУ в гораздо большей степени уже имеют предложения от работодателей – 36% по сравнению со средним в 14,8% по остальным вузам.

Кроме того, нужно отметить, что значительная доля студентов (42%) уже во время своего обучения подрабатывают временно или на постоянной основе.

Большинство (66%) собираются работать по специальности после окончания вуза. Небольшая доля (9%) уже сейчас не собирается этого делать. При этом довольно весомая часть – четверть студентов (25%) – затруднилась ответить, планируют ли свою работу связывать с получаемой специальностью.

Существенной разницы между томичами, иногородними и иностранными студентами в данном вопросе не существует. Единственно, обращает на себя тот факт, что среди иностранцев гораздо меньше студентов, не собирающихся в дальнейшем работать по специальности (6% в сравнении с 10% у томичей и 11% среди иногородних). Такое различие можно объяснить их более высокой мотивацией в отношении профессиональной подготовки, побудившей их выбрать Томск в качестве места обучения.

Выделив в отдельную группу иностранцев, планирующих остаться в Томске, можно отметить, что их желание работать в дальнейшем по специальности очень высоко – 74%. У иногородних студентов этот показатель почти не отличается от общего показателя по выборке – 64%.

Сравнительный анализ между вузами по данному показателю значительных различий не показал, но выявил некоторые особенности: в большей степени ориентированы на работу по специальности студенты СибГМУ (89%), ТГАСУ (83%) и ТПУ (72%), у остальных вузов показатели ниже – ТГУ (60%), ТУСУР (56%), ТГПУ (52%). Соответственно, можно сделать вывод, что медицинский университет и архитектурно-строительный предлагают наиболее привлекательные, профориентированные для своих студентов специальности. Иными словами, студенты имеют достаточно четкое представление о том, куда и кем им пойти работать после получения диплома.

Важным элементом трудоустройства являются ожидания студентов относительно минимального уровня заработной платы. В среднем они таковы: абсолютное большинство (84%) ожидает начальную зарплату в размере от 1000 до 30000, только 11% от 31000 до 60000 и 2% – зарплату более 60000. При сравнительном анализе по вузам становится очевидным, что на большую зарплату (с начала работы – более 31000 рублей) в большей степени претендуют студенты ТПУ (20%) и в меньшей – студенты ТГПУ (5%).

Готовность к организации собственного дела

Альтернативой наемному труду для обучающихся в университетах является организация собственного дела. Среди нынешних студентов имеются те, у кого уже сейчас имеется бизнес, однако доля их очень невысока (2%). В ближайшее время намерены открыть собственное дело чуть более десятой части студентов (12%). Безусловно, речь идет о намерениях, планах, вероятно, не все они будут реализованы.

Нужно отметить, что менее десятой части говорят о нежелании заниматься собственным бизнесом (9%). Подавляющее большинство не планируют, но допускают для себя такую возможность в будущем (68%).

Иногородние и иностранные студенты, планирующие остаться в Томске и Томской области, не демонстрируют значительных отличий от общих выборочных показателей: собственное дело есть у 3% иностранных и 2% иногородних студентов (в целом из числа ответивших собственное дело есть у 2%), собираются его открыть в ближайшие годы – 14% иностранных и 11% иногородних, а допускают такую возможность в будущем 66% иностранных и 70% иногородних студентов.

Сравнительный анализ между вузами выявил следующую особенность: существенной разницы в таких вариантах ответа, как «у меня уже есть собственное дело» и «допускаю такую возможность в будущем» нет, но интерес вызывает распределение ответа «собираюсь открыть собственное дело в ближайшем будущем». Значительно выделяются студенты ТУСУРА – среди них этот вариант ответа выбрало максимальное число опрошенных – каждый пятый (20%). Не-

многим меньше желающих стать предпринимателем обнаруживается среди обучающихся в ТГАСУ (17%). Скорее всего, это связано с тем, что именно эти вузы готовят специалистов, ориентированных на работу на малых и средних предприятиях, это объясняется и профилем выпускаемых специальностей. Кроме того, университет систем управления и радиоэлектроники стал одним из немногих в России предпринимательских университетов, именно здесь был открыт первый бизнес-инкубатор. Известно, что данный вуз нацеливает собственных студентов на работу в наукоемких фирмах. Самый низкий показатель готовности открыть собственное дело в ближайшем будущем у студентов СибГМУ: лишь единицы учащихся в данном университете видят себя в качестве бизнесменов (4%). Это говорит о специфике учреждения и о понимании студентами сложности открытия собственного дела в медицинской сфере.

Среди тех, кто планирует организацию собственного дела, большинство (60%) ориентированы на традиционные сферы экономики: сферы торговли, услуг и пр. Оставшиеся готовы рассматривать возможности бизнеса в инновационной сфере (40%).

Отдельное рассмотрение иногородних и иностранных студентов, планирующих остаться в Томске и Томской области, дает следующие результаты: чаще в инновационной сфере планируют работать студенты-иностранцы – 54%, в традиционной, соответственно, – 46%. Иную картину демонстрируют иногородние студенты – они в большей степени ориентированы на традиционную сферу (64%) и в меньшей – на инновационную – 36%.

Уточнение данного распределения по вузам дает следующую картину – в наибольшей степени на работу в инновационной сфере ориентированы студенты ТГУ (48%), ТУСУРа (47%) и СибГМУ (46%), в наименьшей – ТГПУ (22%), ТГАСУ (28%) и ТПУ (39%) – данное распределение может быть связано со следующими факторами:

1. ТГУ – студенты Томского государственного университета получают классическое высшее образование, отличающееся хорошей базовой подготовкой, что в совокупности с широким спектром специальностей дает уверенность в собственных силах в отношении открытия собственного дела, имеющего инновационный характер.

2. ТУСУР – профиль деятельности по определению инновационный. Также известно, что уже в процессе обучения наиболее перспективные студенты привлекаются к работе над проектами, имеющими инновационную направленность.

3. СибГМУ – создание собственного дела в данной (медицинской) сфере очень трудоемкий процесс и традиционный рынок насыщен существующими компаниями, поэтому выходить более перспективно с инновационным продуктом.

4. ТГПУ – часто студенты, обучающиеся в педагогическом вузе, воспринимают свое обучение просто как способ получить высшее образование (об этом говорит и тот факт, что они менее всех остальных намерены работать в дальнейшем по специальности), часто в последующем они работают в сфере услуг, которая воспринимается, хотя и несправедливо, как не инновационная.

5. ТПУ – многие студенты политехнического университета ориентированы на работу в больших компаниях добывающего сектора, которым в силу

своих размеров трудно иметь инновационный характер, соответственно, на работу в стабильных условиях в качестве наёмных работников.

Имеются отличия и по полу: девушки настроены более скептически, нежели молодые люди, по поводу организации бизнеса.

Очень важным моментом в вопросе желая открыть собственное дело является оценка города Томска как территории для развития собственного дела. В данном вопросе преобладают нейтральные отзывы – чуть более трети (36%) считают, что Томск ничем не лучше других регионов России с точки зрения перспектив развития собственного дела. Показательно, что на втором месте идет вариант – «затрудняюсь ответить» (29%). На третьем месте по частоте – отрицательная оценка возможностей, имеющихся в Томске, заключающаяся в том, что Томск уступает другим регионам с точки зрения развития собственного бизнеса (20%). И наименьшее число студентов полагают, что Томск имеет позитивные условия и представляет собой перспективную территорию для начала личной предпринимательской деятельности (15%).

Планы на продолжение обучения

После окончания обучения в вузе процесс получения образования не обязательно должен быть закончен. Более того, все чаще говорят как о наиболее конкурентоспособной модели – модели непрерывного образования. При этом можно говорить о существовании образования «длиною в жизнь» (продолжительность и равномерность учёбы на протяжении всей жизни человека) и «шириною в жизнь» (доступность основных форм учебной деятельности для каждого человека и для всех социальных групп) [11]. В данном случае, прежде всего, интересуется первый случай.

Для нынешних студентов, безусловно, существуют очевидные возможности продолжения обучения: речь идет как о поступлении в магистратуру для бакалавров, так и в аспирантуру для специалистов и магистров. Кроме того, известно, что часть студентов решают получать второе высшее образование, будь то в связи с изменившимися предпочтениями или для «укрепления» своего образовательного уровня.

Как показало исследование, более трети нынешних томских студентов планируют продолжать учебу после получения диплома (38%). При этом четверть отвергают для себя такую возможность (25%). Нужно отметить, что очень велика и доля неопределившихся (37%), часть которой, вероятно, в итоге выберут продолжение образования.

В большей степени желающие продолжать учебу представлены девушками, среди юношей – их несколько меньше (41% и 36% соответственно). Если сравнивать намерения продолжать образования в различных вузах, то максимальный показатель среди студентов СибГМУ (79%). Объясняется это необходимостью для врачей обучения в ординатуре и интернатуре.

Если рассматривать зависимость от предыдущего места проживания, то можно отметить, что иностранные студенты выражают наибольшее желание продолжать обучение после получения диплома: таковых немногим меньше половины (43%). Несколько меньше нацелены на дальнейшее образование

студенты из других регионов России (37%). Реже всего желают учиться после получения диплома местные жители (34%).

Немаловажным представляется вопрос о том, где будущие выпускники намерены продолжить образование. И судя по всему, Томск как образовательный центр достаточно высоко котируется у студентов. Так, более четверти (27%) планируют продолжать обучение в том же самом вузе, где обучаются в настоящий момент. Десятая часть студентов (9%) имеют намерение остаться в городе Томске, но хотели бы поступить в другое учебное заведение. Немногим отличаются и доли тех, кто хотел бы продолжить обучение в другом городе России (11%) или выбирает иностранный университет (9%). При этом значительная часть еще не приняла решение (44%).

Наблюдаются отличия по месту дальнейшего обучения среди студентов, приехавших в город и живущих в Томске. Так, наибольшее число намеренных остаться в вузе, где учатся в настоящий момент, среди иностранных студентов (32%). Данные показатели демонстрируют привлекательность томского НОК для иностранных студентов. Одновременно, прибывшие из других городов страны чаще остальных намерены продолжить обучение в другом учебном учреждении города Томска.

Таблица 3. Планирование места продолжения обучения (в %)

	То- мич	Иногород- ный	Иностран- ный
Я планирую продолжать обучение в этом же вузе	25	26	32
Я планирую продолжать обучение в другом учреждении Томска	8	12	4
Я планирую продолжать обучение в другом городе России	8	11	12
Я планирую продолжать обучение за рубежом	7	9	11
Затрудняюсь ответить	52	41	41

В целом оценка нынешними студентами томских высших учебных заведений носит определенно позитивный характер: большинство (66% опрошенных) считают, что университеты Томска входят в когорту лучших в России. Думается, что положительная оценка обусловлена не только несомненными реальными достоинствами университетов, но и прочно закрепившимися в массовом сознании «патристическими» стереотипами, формируемыми, в том числе и транслируемыми СМИ рейтингами. Однако достаточно велика и доля скептиков, полагающих, что томские университеты по своему уровню относятся к числу «средних» (28% в целом по массиву). Однако число тех, кто уверен в низком качестве местных вузов, утверждает, что томские вузы находятся в числе худших, крайне мало (1%).

Общая оценка характеристик вузов Томска демонстрирует типичную и известную картину. По ряду характеристик лидирующие позиции занимают Томский государственный университет и Томский политехнический университет как одни из ведущих и конкурентоспособных в городе, имеющих статус национально-исследовательских. Согласно распределению ответов, классический университет ценится среди студентов своей известностью, библиотечной базой, а также широким спектром возможно-

стей проявления социальной активности. Проще всего, по мнению студентов, поступить в ТГПУ и ТГАСУ (50 и 51% соответственно). Эти показатели прямо пропорциональны оценке качества образования в данных вузах. Среди всех респондентов минимально равное количество процентов (по 10%) по данной характеристике.

В свою очередь, политехнический университет оценивается студентами различных вузов как наиболее карьероориентированный вуз. Более половины респондентов считают, что ТПУ дает гарантии трудоустройства по окончании вуза при наличии перспективной специальности с высокой заработной платой. Данное мнение во многом связано с такими направлениями вуза, как нефте-газодобыча, энергетика, а также производственной практикой на старших курсах на крупных предприятиях Томска.

Таблица 4. Оценка наличия характеристик, свойственных вузам г. Томска (в %)

	ТГУ	СибГМУ	ТПУ	ТГПУ	ТУСУР	ТГАСУ
Известность	76	28	71	10	42	14
Высокий рейтинг	61	19	73	4	24	4
Качество образования	55	35	67	10	34	10
Сильные исследователи, научные школы	47	18	60	6	22	6
Хорошая библиотека	76	10	37	7	9	7
Востребованность выпускников	38	32	65	14	35	18
Простота поступления	19	10	15	50	26	51
Гарантии трудоустройства по окончании вуза	21	23	50	13	21	13
Высокая заработная плата выпускников	23	12	52	3	20	13
Наличие перспективной специальности	38	25	61	7	33	18
Возможность заниматься спортом, искусством, самодетельностью	62	22	53	35	34	31
Развитая инфраструктура (современные корпуса, wi-fi, современное оборудование, хорошие общежития и пр.)	44	10	62	8	30	13
Другое	8	4	9	5	5	6

Также зависимость от курса обучения можно проследить относительно известности вуза. Чем младше курс, тем важнее известность учебного заведения. Этот показатель демонстрирует статусность вуза для студента.

В целом представленные данные свидетельствуют, что студентам ситуация в вузовской среде представляется удовлетворительной. Стабильно хорошее мнение о качестве томских университетов, удовлетворенность инфраструктурой и желание продолжать обучение в Томске подтверждают привлекательность Томска как академического центра как для студентов-томичей, так и представителей иных регионов и приехавших из дальнего и ближнего зарубежья.

Литература

1. *Омельченко Е.* Начало молодежной эры или смерть молодежной культуры? [Электронный ресурс] // Полит.ру. 30.06.2006. – URL: <http://polit.ru/article/2006/06/30/youthculture/>
2. *Вишневецкий Ю.Р., Шанко В.Т.* Студент 90-х – социокультурная динамика // Социологические исследования. 2000. № 12. С. 56–63.
3. *Карпунин О.И.* Молодежь России: особенности социализации и самоопределения // Социологические исследования. 2000. № 3. С. 124–128.
4. *Молодежь: будущее России* / под ред. Ильинского И.М. М., 1995. 238 с.
5. *Устав города Томска* (принят решением Думы города Томска от 04.05.2010 № 1475) (с изменениями и дополнениями) / Официальный портал муниципального образования «Город Томск» [Электронный ресурс]: – URL: <http://admin.tomsk.ru/www/ustav.nsf>
6. *Рыкун А.Ю., Южанинов К.М., Абрамова М.О., Сухушина Е.В.* Томская область: потенциал и реалии инновационного развития // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. 2013. № 1 (21). С. 63–77.
7. *Гайдар Е.Т.* Долгое время. Россия в мире: очерки экономической истории. 2-е изд. М.: Дело, 2005. 656 с.
8. *Омельченко Е.Л.* Культурные практики и стили жизни российской молодежи в конце XX века // Рубеж, 2003. № 18. С. 145–166.
9. *Чуров В.И., Зубок Ю.А., Уильямс К.* Молодежь в обществе риска. М.: Наука, 2001. 230 с.
10. *Герций Ю.В., Малышев М.Л.* Российский рынок труда в послекризисный период (2011–2012 гг.) // Социологическая наука и социальная практика. 2013. № 2. С. 39–60
11. *Ключарёв Г.А.* Правовые основания равнодоступности непрерывного образования. О некоторых аспектах нового закона «Об образовании» // Социологическая наука и социальная практика. 2013. №2. С. 7–20.
12. *Константиновский Д.Л.* Молодежь 90-х: самоопределение в новой реальности. М., 2000.
13. *Ильинский И.М.* Молодежь в стратегии будущего России: [Тезисы доклада на 14-м заседании Русского интеллектуального клуба в МосГУ] // Вузовский вестник. 2007. № 3.

Abramova Marija O., Rykun Artjom U., Sukhushina Elena V., Uzhaninov Konstantin M. Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation)

CONTEMPORARY REGIONAL STUDENTS AND THEIR EDUCATIONAL, EMPLOYMENT AND MIGRATION PLANS

Key words: student youth, social mobility, migration, educational career, employment, Universities in regional Russia

Unlike most Russian urban settings, Tomsk, located at the heart of Western Siberia is the University town. Tomsk State University founded in 1878 and it was the first institution of higher education beyond the Ural Mountains. At present, six national universities located in Tomsk form the basis of both the local economy and community. The universities attract students not only from the city of Tomsk and Tomsk region but from the other regions of Russia and from abroad. The percent of the student population in Tomsk is third biggest in the nation, giving the lead to Moscow and St. Petersburg only, practically each fifth person in Tomsk is the student, 50% of the students are from out of town, 9% are foreigners.

Obviously the university students, being investors into the area, do affect social and economic life in both, the city itself and the region. Therefore, the important regional task is to keep “the cream of the cream” in the region.

The article is dedicated to the life plans of students of the universities of Tomsk, namely their employment, educational and mobility plans.

The article is based upon the results of sociological research, performed by the Departments of Sociology and Social work of Tomsk State University in September and October 2013 in the city of Tomsk.

References

1. *Om'el'chenko E.* Nachalo molodezhnoj `ery ili smert' molodezhnoj kul'tury? [Elektronnyj resurs] // Polit.ru. 30.06.2006. – URL: <http://polit.ru/article/2006/06/30/youthculture/>
2. *Vishnevskij Yu.R., Shapko V.T.* Student 90-h - sociokul'turnaya dinamika // Sociologicheskije issledovaniya. 2000. № 12. S. 56–63.
3. *Karpuhin O.I.* Molodezh' Rossii: osobennosti socializacii i samoopredeleniya // Sociologicheskije issledovaniya. 2000. № 3. S. 124–128.

4. *Molodezh'*: budushee Rossii / pod red. Il'inskogo I.M. M., 1995. 238 s.
5. *Ustav goroda Tomsk*a (prinyat resheniem Dumy goroda Tomsk'a ot 04.05.2010 № 1475) (s izmeneniyami i dopolneniyami) / Oficial'nyj portal municipal'nogo obrazovaniya «Gorod Tomsk» [Elektronnyj resurs]: – URL: <http://admin.tomsk.ru/www/ustav.nsf>
6. *Rykun A.Yu., Yuzhaninov K.M., Abramova M.O., Suhushina E.V.* Tomskaya oblast': potencial i realii innovacionnogo razvitiya // *Vestn. Tom. gos. un-ta. Filosofiya. Sociologiya. Politologiya*. 2013. № 1 (21). С. 63–77.
7. *Gajdar E.T.* Dolgoe vremya. Rossiya v mire: ocherki `ekonomicheskoy istorii. 2-e izd. M.: De-
lo, 2005. 656 s.
8. *Omel'chenko E.L.* Kul'turnye praktiki i stili zhizni rossijskoj molodezhi v konce HH veka // *Rubezh*, 2003. № 18. S. 145–166.
9. *Chuprov V.I., Zubok Yu.A., Uil'yams K.* Molodezh' v obschestve riska. M.: Nauka, 2001. 230 s.
10. *Gercij Yu.V., Malyshev M.L.* Rossijskij rynek truda v poslekrizisnyj period (2011–2012 gg.) // *Sociologicheskaya nauka i social'naya praktika*. 2013. № 2. S. 39–60
11. *Klyucharev G.A.* Pravovye osnovaniya ravnodostupnosti nepreryvnogo obrazovaniya. O nekotoryh aspektah novogo zakona «Ob obrazovanii» // *Sociologicheskaya nauka i social'naya praktika*. 2013. №2. S. 7–20.
12. *Konstantinovskij D.L.* Molodezh' 90-h: samoopredelenie v novoj real'nosti. M., 2000.
13. *Il'inskij I.M.* Molodezh' v strategii budushego Rossii: [Tezisy doklada na 14-m zasedanii Russkogo intellektual'nogo kluba v MosGU] // *Vuzovskij vestnik*. 2007. № 3.

УДК 364:94 (37/38)

А.А. Быков, А.В. Жукова

**ГЕНЕЗИС ПОНЯТИЯ «БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ»
В РОССИЙСКОЙ ТРАДИЦИИ:
НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
И ФОРМЫ РЕАЛИЗАЦИИ**

Рассматриваются понятие благотворительности в российской традиции, а также законодательные акты XV–XXI веков и соответствующие им социальные практики в темпоральном измерении. Также проведен анализ соотношения государственных, церковных и общественных форм призрения.

Ключевые слова: благотворительность, эволюция, общественное призрение, нормативно-правовые документы.

Изучение феномена благотворительности, по крайней мере, со времен античной цивилизации представляло определенный интерес для философов, историков, общественных деятелей. Однако в некоторые эпохи эта тема не изучалась совсем, в частности в СССР в 20–80-е гг. XX века по идеологическим соображениям. Исследовательский интерес к такому феномену, как благотворительность, не отличается постоянством. Так, в России наибольшее количество работ по данной тематике было написано во второй половине XIX – начале XX века, вплоть до начала Первой мировой войны. Затем полное забвение до 1990-х годов. В западной традиции феномен благотворительности также изучался неравномерно, что объясняется динамикой социально-экономических и политических процессов, таких как индустриализация, урбанизация, секуляризация церкви, в итоге разрушение традиционного общества.

В рамках европейской цивилизации авторы в зависимости от темпоральных условий и своих интенций, начиная с античных времен, изучали различные аспекты данной обширной темы: этические основы благотворительности и ее типологии, мотивацию благотворительности, опасные последствия благодеяний, причины бедности индивидов и социальных групп, нуждающихся в призрении, а также формы помощи. В революционные эпохи даже выдвигались обоснования полного запрета благотворительности (якобинцы, большевики).

Благотворительность во все эпохи отражала как уровень социально-экономического развития общества, так и состояние нравственной культуры социума в целом, его цивилизационную зрелость. Поэтому необходимо анализировать три элемента проблемы: исторический фон (контекст), идеи и практики благотворительности.

Как социокультурное явление благотворительность, при становлении цивилизованных обществ, прошла достаточно долгую эволюцию, свой путь институционального оформления. В качестве предпосылок институционализации собственно благотворительности следует отметить формирование опре-

деленных общественных потребностей в процессе исторического развития в новых типах социальной деятельности и соответствующих им политических и социальных условий. Этот процесс сопровождался возникновением и развитием необходимых организационных структур, а также связанных с ними ценностных стандартов и социальных норм.

Наряду с деятельностью государства, как основного социального института, следует говорить о благотворительности как одном из направлений деятельности социума. Впрочем, деятельность государства также носила благотворительный характер.

Следует отметить мотивы благотворительной деятельности, связанные с *super ego*, с комплексом совести. И.Д. Петропавловский, русский церковный историк XIX века, писал: «... И мы не думаем впасть в ошибку, если скажем, что самая природа нашей души с особенной силой и ощутительностью побуждает нас к исполнению добродетели благотворительности: при виде страдальца, испытывающего голод или какую-либо иную нужду, мы невольно переносим себя на его место, содрогаемся всем существом своим от одного предположения возможности подобных же страданий и для нас, какими мучается другой, и, как бы спеша удалить от себя самих муки несчастного, протягиваем руку помощи обиженному судьбой» [1. С. 1–2].

В словаре Брокгауза и Ефрона дается следующее определение рассматриваемого феномена: «Благотворительность выражается в материальной помощи нуждающимся, лечении бедных больных, воспитании сирот и беспризорных детей и призрении дряхлых, увечных и неспособных к труду. Различают благотворительность частную и благотворительность общественную» [2. С. 112].

В. Даль приводит синонимы благотворительности – «благотворение, благодеяние, добродатство, делание добра» [3. С. 94]. К наиболее близким понятиям следует отнести – милосердие, жалость, альтруизм. «Благодетельный, по В. Далю, «склонный к благотворению, готовый делать добро, помогать бедным; об учреждениях, заведениях: Устроенный для призрения дряхлых, увечных, хворых, неимущих, или ради попечения об них». «Жалкий – достойный жалости, сожаления, участия, возбуждающий чувство жалости, сострадания, соболезнования [3. С.525]. В словаре С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой, благотворительный – безвозмездный и направленный на общественную пользу, а также направленный на оказание материальной помощи неимущим [4. С.50].

Как видим, семантика понятия, более полная в определениях XIX века и более лаконичная в словаре С.И.Ожегова, принципиально не меняется.

То же самое можно сказать и о постсоветских дефинициях. Благотворительность, как социальный феномен, характеризуется, прежде всего, проявлением целенаправленного внимания к людям, не способным в силу субъективных или объективных причин обеспечить себя своими собственными силами, хотя бы на минимальном уровне, соответствующем уровню цивилизованного общества, оказанием им посильной помощи в сохранении и организации своей жизнедеятельности, поддержанием их материально и духовно [5. С. 3].

«Благотворительность – безвозмездная материальная помощь бедным, основанная на милосердии и желании делать добро. Может оказываться частными лицами, организациями и государством» [6. С. 7]. Вызывает удивление упоми-

вание государства в качестве субъекта благотворений. Государство в Новейшей истории проводит социальную политику, занимается социальным обеспечением и может поддерживать и регулировать благотворительность как одно из направлений социальной политики. Последнее определение, как это ни странно, отражает представление XIX века, когда деятельность государственных органов по социальной поддержке населения также считалась благотворительной.

Таким образом, во всех определениях присутствует центральное смысловое звено – помощь бедным, неспособным обеспечить себя собственными силами хотя бы на минимальном для конкретного общества уровне.

Однако определения, даже самые развернутые, не отражают всех смыслов социальных явлений, в том числе и благотворительности. Многие нюансы, смысловые акценты содержатся в различных высказываниях, установках, ремарках известных богословов, общественных деятелей, политиков.

История рефлексии благотворительности в рамках христианской цивилизации свидетельствует об уникальном опыте, и, несмотря на то, что в общекультурном смысле какие-то идеи утратили свою актуальность и уже не являются основаниями для практических действий, тем не менее генезис благотворительности нуждается в серьезном изучении.

И одним из истоков данного феномена является Библия. Действительно, в ней мы можем найти множество побудительных мотивов к действенной помощи людям: «Кто теснит бедного, тот хулит Творца его; чтущий же Его благоволит нуждающемуся» [Притч 14:31. С. 605]; «...ибо милостыня от смерти избавляет и может очищать всякий грех» [Тов 12:9. С. 485]; «...искупи грехи твои милосердием к бедным...» [Дан 4:24. С. 851]; «...раздели с голодными хлеб твой, и скитающихся бедных введи в дом; когда увидишь нагого, одень его...» [Ис 58:7. С. 723]; «...блаженнее давать, нежели принимать» [Деян 20:35. С. 1.193] и т.д. Теперь мотивами к каритативной деятельности служили не столько установки самого индивида, традиции или обычаи, сколько религиозные ценности. Благотворительностью уже можно назвать не стихийно организованную помощь, а деятельность, имеющую под собой некие основания. Во-первых, благотворительность теперь исходит из отношения к ближнему («...как Я возлюбил вас, так и вы да любите друг друга» [Ин 13:34. С. 1.149]). Во-вторых, благотворительность, как любовь к ближнему, является залогом перед Богом на Страшном суде («Блаженны милостивые, ибо они помилованы будут» [Мф 5:7. С. 1.015]). В-третьих, согласно Библии, уже при жизни Бог благотворителей награждает, а скупых – наказывает («... кто сеет скупое, тот скупое и пожнет; а кто сеет щедро, тот щедро и пожнет» [2 Кор 9:6. С. 1.268]). В-четвертых, Библия прямо указывает на то, что совершение благотворительности – долг каждого верующего («Когда у тебя будет много, твори из того милостыню, и когда у тебя будет мало, не бойся творить милостыню и понемногу...» [Тов 4:8. С. 481]). Таким образом, Библия привносит в общественную жизнь христиан не только основания благотворительности (человеколюбие, страх перед Богом, долг и обязанность каждого верующего), но и некоторые ее формы (милостыня, помощь едой, помощь одеждой, приюты для нищих и т.д.).

И сегодня Русская православная церковь пользуется этими основаниями и под благотворительностью понимает любого рода добровольное служение

тому, кто нуждается в поддержке; помощь нуждающимся деньгами, имуществом, советом и трудом [8. Т. 5. С. 325].

В России благотворительность начала развиваться со времени принятия христианства. Вначале она имела форму личной религиозной благотворительности, самым распространенным видом которой была милостыня. Она выражалась в раздаче продуктов нищим, которые при князе Владимире, например, развозились на подводах [9. С. 375].

Несколько позже главным агентом христианской благотворительности стала Церковь. Духовной основой благотворительной деятельности являлись Евангельские каноны, которые служители церкви воплощали в различных формах посредством социальной помощи нуждающимся.

С X века начинает развиваться приходская благотворительность, характеризующаяся оказанием помощи узкому кругу лиц – калекам, увечным, нищим, детям – в самых разнообразных формах. Нужно заметить, что почти в каждом приходе существовали богадельни – благотворительные учреждения для больных и престарелых [10. С. 143, 151].

«В то время как государство и общество, должны еще создавать и организовывать учреждения для борьбы с нищенством, святая церковь от самого начала существования своего имеет учреждения, специально назначенные для наилучшего применения благотворительной деятельности и уже достаточно заявившая о себе в истории...», – пишет исследователь А. Кудрявцев [11. С. 24].

Однако благотворительная деятельность церкви со временем стала регулироваться государством на законодательном уровне. Одним из первых серьезных документов подобного рода стал Судебник 1497 года. Статьей 59 ограничивается юрисдикция церковного суда: изъятие из церковного суда дел разной подсудности, ограничение от церковного суда вдов, «не от церкви божии» «питающихся», а живущих «своим хозяйством» [12. С. 61]. Судебник 1550 года продолжает направление действия предыдущего: в статье 91 говорится о том, что торговым людям запрещается жить в монастырях, в противном случае они должны быть судимы наместником. В монастырях разрешается жить нищим, «которые питаются от церкви божией милостынею», и, значит, подлежат только монастырской подсудности [12. С.119].

Но самым значимым документом XVI века является Стоглав (1551). Глава 5 содержит царские вопросы о церковном строении, и интересуют нас девятый вопрос «О нищепитательстве», вопрос 10 «О полоняниках» и вопрос 12 «О милостыни». Первый из обозначенных «вопросов» поднят для того, чтобы ликвидировать попрошайничество рядовых монахов «в миру». Второй – в связи с необходимостью выкупа пленных за счет средств церкви. Третий вопрос был поднят в связи с проблемой мнимых нуждающихся: в богадельни, за плату, брали людей здоровых, а действительно «нищие и клосные, и гнилые, и пристаревшиися в убожестве глад и мраз, и зной, и наготу и всякую скорбь терпят, и не имеют, где главы подклонити» [12. С.271].

На эти три вопроса ответы Собора мы находим в главах 71–73. Главой 71 определяются меры против нищенства монахов: предлагается распределить их на здоровых и на старых и больных. Первых необходимо отдавать «добрым старцам под начало», последних предлагается поместить в мона-

стырские больницы и содержать там, причем посредством совместного финансирования из церковной и государственной казны. Глава 72 дает ответ на 10-й вопрос: денежные суммы для выкупа пленных должны выдаваться из казны царя [12. С. 350–351]. В главе же 73-й говорится об организации каритативной деятельности и ее регулировании: создании богаделен и помещении в них действительно нуждающихся.

Однако существовала проблема выявления таких людей и различие от «притворяющихся увечными». Об этом свидетельствует закон от 30 ноября 1691 года «О забираии нищих, притворяющихся увечными, о пересылке оных на прежние жительства, и о наказании их, когда пойманы будут в нищенстве во второй раз» [13. С. 119]. В нем говорится о том, что людей, пойманных в «притворном лукавстве», необходимо расспрашивать, откуда они прибыли в город, и посадских людей, дворцовых и «помещиковых» крестьян отсылать обратно, откуда прибыли, а если попадутся на лженищенстве во второй раз – «бить кнутом и ссылатъ в ссылку в дальние Сибирские города».

Таким образом, рассмотренные источники свидетельствуют о том, что благотворительная деятельность в России перестала иметь форму личной, индивидуальной благотворительности, которая регулировалась Евангельскими канонами, и приобрела основание в виде нормативно-правовых документов, процесс принятия которых контролировался на государственном уровне. Помимо прочего, именно они заложили основу для развития государственного призрения в России.

С наступлением XVIII века начинается новый виток в развитии благотворительности. Указом Петра I от 30 декабря 1701 г. правительство начало проводить реформу, в результате которой церковь должна была быть полностью подчинена государству, в результате чего церковно-монастырская отрасль призрения нуждающихся находилась в состоянии кризиса вплоть до 1860-х гг.

Будучи всесторонне осведомленным правителем, Петр I принимал меры по улучшению общественного призрения. Например, в 1712 г. вышел Указ, в котором говорилось, что нищих необходимо отлавливать с улиц Москвы и помещать в Монастырский Приказ, у которого на этот случай были свои инструкции, а в 1715 г. вышел указ о повсеместном учреждении госпиталей для сохранения заторных младенцев [14. С. 18–19].

Если мы хотим оценить систему государственной каритативной помощи в России, то необходимо учесть, что она складывалась на протяжении почти двухсот лет. Становление данного вида призрения как системы происходило с XVIII по вторую половину XIX века, и ему способствовало оформление административной системы помощи нуждающимся: определенные территориальные институты помощи и поддержки, защитные меры для различных слоев населения, усиление законодательной базы, обеспечивающей регуляцию отношений между различными субъектами, группами и государством.

Административная система помощи нуждающимся начинает складываться в период разрушения старых государственных связей и хозяйственных отношений. Ее образование осложнялось войнами, введшимися Россией, а также социальным реформированием общества и структуры государственного управления, осуществляющимся под влиянием преобразований Петра I.

В царствование Екатерины II происходят качественные изменения в системе государственного призрения. В 1775 г. она подписала Указ № 14.392 [15. С. 229], по которому в стране должны были быть созданы Приказы общественного призрения – государственные органы помощи нуждающимся. Предполагалось создание приказов в сорока губерниях, и их деятельность должна была быть обширной: от учреждения и контроля над деятельностью народных школ до создания смиренных домов для мужчин и женщин [15. С. 271].

Это было инновацией для российской системы призрения. Но, к сожалению, первая четверть XIX века для Приказов прошла не так продуктивно, как ожидалось: присутствовали мелочная опека и рост формализма в их работе. Если говорить обобщенно, то к середине XIX века система государственного призрения в силу различных причин (в том числе и из-за отсутствия денежных средств) заходит в тупик.

В то же время Россия делала первые шаги на пути создания правового государства. Этому способствовали либеральные реформы 1860–1870-х гг. Именно они создали благоприятные условия для благотворительной деятельности церкви, так как реформы способствовали росту социальной активности духовенства в сфере помощи нуждающимся. И именно во второй половине XIX столетия Русская православная церковь получила возможность развивать монастырскую и церковно-приходскую благотворительность в связи с принятием «Положения о приходских попечительствах при православных церквях» 2 августа 1864 г. Этот закон, относящий приходские попечительства к числу «учреждений на особых основаниях управляемых», вошел в устав об общественном призрении.

Несмотря на «Положение...», власть не стремилась оказывать церковным учреждениям какую-либо поддержку. Она была более озабочена собственными заведениями помощи нуждающимся.

С введением земских учреждений и с закрытием приказов общественного призрения обязанности последних в деле помощи нуждающимся перешли земствам [16. С. 35], учрежденным на основании Высочайше утвержденного Положения о губернских и земских уездных учреждениях от 1 января 1864 года № 40457 [17. С. 1].

Данное положение предлагало ввести земства в 33 губерниях из 51. Согласно Положению, в обязанности земств, помимо прочего, входило:

- 1) принятие мер по обеспечению продовольствием нуждающихся;
- 2) заведывание земскими благотворительными заведениями;
- 3) профилактика распространения нищенства;
- 4) управление делами земского взаимного страхования;
- 5) попечение о народном образовании, здравии и о тюрьмах [17. С. 2].

Полномочия земских учреждений распространялись на губернию или уезд, в котором они находились. Что касается общественной и частной благотворительности, то до 1860-х гг. ее развитию препятствовали трудности в регистрации благотворительных обществ и подозрительное к ним отношение со стороны государственной власти. Но во второй половине XIX века наблюдался быстрый рост числа благотворительных обществ как местного, так и общероссийского масштаба. Этому способствовало то, что

в 1862 г. право на утверждение уставов благотворительных обществ было передано Министерству внутренних дел и более не требовало утверждения императором.

Все благотворительные организации были разделены на две группы: собственно благотворительные общества (добровольные объединения лиц, имевшие своей целью помогать нуждающимся и содержавшие для этого специальные заведения) и благотворительные учреждения (учреждения для удовлетворения потребностей нуждающихся в стенах заведения).

В 1897 г. были разработаны примерные уставы, которые определяли общий порядок организации и деятельности благотворительных обществ (цели, порядок формирования средств и т.д.). Средства благотворительных обществ составляли: взносы и пожертвования, поступления по займам, процентным бумагам, от проведения базаров и лотерей и прочих мероприятий.

В марте 1906 г. были приняты «Временные правила об обществах и союзах», согласно которым обществом (в том числе и благотворительным) признавалось «соединение нескольких лиц, которые, не имея задачу получения прибыли от ведения какого-либо мероприятия, избрали своим предметом своей совокупной деятельности определенную цель».

Согласно этим правилам утверждался заявительно-разрешительный характер регистрации обществ, т.е. для создания общества нужно было подать письменное заявление в необходимой форме. Если в течение двух недель не было получено обоснованного отказа в регистрации общества, то общество могло начинать свою работу.

В 1912 г. увидел свет указ об общественном призрении, по которому предъявлялись особые требования к частным благотворительным обществам: право утверждения их указов предоставлялось Министерству внутренних дел. затем уставы направлялись в кабинет министров и требовали Высочайшего разрешения.

Частная благотворительность выражалась в:

1) усилении пожертвований частных лиц в целях поддержки как отдельных нуждающихся, так и целых установлений по призрению, в притоке частных средств на нужды новых отраслей благотворительности и даже в организованном сборе средств на них;

2) в утверждении отдельными лицами учреждений для призрения, в их устройстве и ведении;

3) в организации для общего дела союзов добровольных деятелей, т.е. благотворительных обществ;

4) в организации касс и обществ взаимопомощи [18. с. 61].

Реформы Александра II также оказали влияние и на развитие конкретных практик благотворительности. К 1880 г. в России было зарегистрировано около 3 700 частных благотворительных организаций, но они, в большинстве своем, находились в Петербурге, Москве и в крупных городах. Частной благотворительностью в основном занимались купцы и предприниматели, тратившие денежные средства на поддержание собственных заведений и меценатство. У каждого из них были свои мотивы, но можно выделить общие: влияние религии; жесткая конкуренция заставляла развивать учреждения

профессиональной подготовки; возможность заслужить общественное признание и уважение.

К 1898 г. насчитывалось 2 750 частных благотворительных обществ и 2 846 частных заведений и учреждений [19. С. 113]. По состоянию на 1 января 1899 г. частных благотворительных обществ и заведений было 14 854. Из них благотворительных обществ – 7 349; благотворительных заведений □ 7 505 [20. С. 1].

Таким образом, со второй половины XIX века в Российской империи произошел бурный «подъем» благотворительной деятельности, связанный, в первую очередь, с отменой крепостного права, из-за которого появилось множество новых социальных проблем (увеличение количества бедных, числа детей-сирот, нищих, инвалидов). Однако развитие экономики расширило класс собственников, которые, благодаря наращиванию своего капитала, могли оказывать содействие благотворительности в России. Не только оставались, но и осуществляли свою деятельность учреждения, находящиеся под опекой Церкви, причем в некоторых районах страны в своих методах и формах они нисколько не уступали государственным, общественным и частным, которые играли огромную роль в деле каритативного служения людям. Однако деятельность учреждений, подведомственных церковным органам, органам государственной власти и собственно благотворительным организациям и заведениям, настолько переплеталась между собой и дополняла друг друга, что система, со стороны, выглядела многослойной: т.е. создавались такие условия, при которых в рассматриваемый исторический период формально учитывались интересы всех групп населения, находящихся в состоянии депривации (как относительной, так и абсолютной). Таким образом, совокупность этих трех институтов – государства, Церкви и общества – собственно, и являлась основой социальной поддержки нуждающихся групп населения, во всем их разнообразии, проживающих на территории Российской империи.

После 1917 г. одну эпоху сменила другая, этатистская. Согласно идеологии советской России, благотворительность существовала только в буржуазном обществе, и под ней понималось оказание частными лицами материальной помощи бедным из милости [21. С. 49]. Благотворительность была заменена формами государственного социального обеспечения.

Благотворительность как понятие и практика вернулась в жизнь граждан России после 1991 г., и ее развитию способствовала сложная социально-политическая ситуация в стране. Появляются и нормативно-правовые документы, регулирующие практику благотворительности.

В 1995 г. был принят Федеральный закон от 11.08.1995 N 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях», который устанавливает основы правового регулирования благотворительной деятельности, определяет возможные формы ее поддержки органами государственной власти и органами местного самоуправления, особенности создания и деятельности благотворительных организаций в целях широкого распространения и развития благотворительной деятельности в Российской Федерации [22]. В данном законе под благотворительной деятельностью понимается добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной

(безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки. Также в нем определяются цели благотворительной деятельности и оговаривается, что законодательство о благотворительной деятельности состоит из соответствующих положений Конституции Российской Федерации, Гражданского кодекса Российской Федерации, настоящего Федерального закона, иных федеральных законов и законов субъектов Российской Федерации.

Вышеприведенным Федеральным законом устанавливаются субъекты благотворительной деятельности и участники благотворительной деятельности, под которыми понимаются граждане и юридические лица, осуществляющие благотворительную деятельность, в том числе путем поддержки существующей или создания новой благотворительной организации, а также граждане и юридические лица, в интересах которых осуществляется благотворительная деятельность: благотворители, добровольцы, благополучатели.

Помимо этого, в законе приводятся определения благотворительных организаций и их формы.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики число благотворительных организаций в России на 1 января 2012 г. составило 1 619, общественных благотворительных фондов 2 197, а некоммерческих благотворительных фондов 5 704 [23]. Стоит заметить, что эти показатели в разы ниже показателей 1899 г.

Конечно, Россия имеет многовековой опыт организации и осуществления благотворительной деятельности. Однако эта преемственность была прервана не на одно десятилетие, и, безусловно, за 20 лет невозможно достигнуть таких ее масштабов, какие были в дореволюционный период. Кроме того, функции благотворительных фондов и организаций пересекаются с функциями органов социальной поддержки населения. Главной задачей сегодня является их гармоничное, взаимодополняющее взаимодействие друг с другом с целью оказания помощи тем, кто испытывает в ней потребность. Данная деятельность нуждается в нормативно-правовом регулировании для ее дальнейшего развития, а для этого необходим ретроспективный анализ законодательных актов прошлого и опыта социальных практик.

Литература

1. *Петропавловский И.Д.* Исторический очерк благотворительности и учения о ней в языческом мире, Ветхом Завете и в древней церкви христианской. М., 1895. 120 с.
2. *Иллюстрированный Энциклопедический словарь* Ф. Брокгауза и И. Ефрона. – М.: ЭКСМО, 2008. 960 с.
3. *Даль В.И.* Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. М.: ГИС, 1955. Т. 1. 699 с..
4. *Ожегов С.И.* Толковый словарь русского языка. 4-е изд., доп. М.: Азбуковник, 1999. 939 с.
5. *Нещеретний П.И.* Исторические корни и традиции развития благотворительности в России. М.: СОЮЗ, 1993. 31 с.
6. *История социальной работы в России.* Справочник: учеб. пособие. Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2001. 108 с.
7. *Библия.* Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета. М.: Российское библейское общество, 2005. 1371 с.,

8. *Православная энциклопедия* / под ред. Патриарха Московского и всея Руси Алексия II. М.: Правосл. энцикл., 2002. Т. 5. 752 с.
9. *Селиванов А.Ф.* Современное положение русской благотворительности // Труды первого съезда русских деятелей по общественному и частному призрению. 8–13 марта 1910 г. Ч. 1, 2. СПб.: б. и., 1910. 229, 637 с.
10. *Быков А.А.* Социальная защита детей в Сибири в XIX – начале XX века // Актуальные проблемы теории и практики социальной работы с семьей и детьми: Сборник научных трудов. Томск: Изд-во ИОА СО РАН, 2010. С. 143–149.
11. *Кудрявцев А.* Нищенство как предмет попечения церкви, общества и государства: речь, произнесенная в торжественном собрании Императорского Новороссийского университета 30 августа 1885 года профессором, протоиереем Ал. Кудрявцевым. Одесса: Тип. «Одесского вестника», 1885. 89 с.
12. *Российское законодательство X–XX веков*: в 9 т. / под общ. ред. О. И. Чистякова. – М.: Юридическая литература, 1985. Т. 2. 519 с.
13. *Полное собрание законов Российской империи. Собрание Первое. Т. III: 1689–1699 гг.* СПб.: Печатано в Типографии II отделения Собственной Его императорского Величества Канцелярии, 1830. 694 с. // Полное собрание законов Российской империи [Электронный ресурс]. – URL: http://www.nlr.ru/e-res/law_r/search.php, 10.11.2013 г.
14. *Сток А.* Об общественном призрении в России // Антология социальной работы: в 5 т. Т. 3 / сост. М. В. Фирсов. М.: Сварогъ: НВФ СПТ, 1995. 544 с.
15. *Полное собрание законов Российской империи. Т. XX: С 1775 по 1780. От № 14.233 до 15.105.* СПб.: Печатано в Типографии II Отделения Собственной Его Императорского Величества Канцелярии, 1830. 1041 с. // Некоммерческая электронная библиотека «ImWerden» [Электронный ресурс]. – URL: http://imwerden.de/pdf/polnoe_sobranie_zakonov_tom20_1775-1780_1830.pdf, 10.11.2013 г.
16. *Георгиевский П.И.* Призрение бедных и благотворительность. СПб.: Типография Морского министерства, 1894. 118 с.
17. *Полное собрание законов Российской империи. Собрание второе. Т. XXXIX. Отделение первое. 1864. От № 40457-44518.* СПб.: Типография II Отделения Собственной Его Императорского Величества Канцелярии, 1867. 973 с. // Российская национальная библиотека [Электронный ресурс]. – URL: http://www.nlr.ru/e-res/law_r/search.php, 10.11.2013 г.
18. *Общественное и частное призрение в России.* СПб.: Тип. Имп. Акад. наук, 1907. 296 с.
19. *Гогель С.К.* Объединение и взаимодействие частной и общественной благотворительности. СПб.: Тип. т-ва «Общественная польза», 1908. 92 с.
20. *Благотворительная учреждения Российской империи* / сост. по Высочайшему повелению Собственною Его Императорского Величества Канцелярию по учреждениям императрицы Марии [чинами канцелярии Постниковым Н.С. и др.; под ред. тайного советника А.А. Толубьева]. СПб.: Тип. Спб. акц. о-ва печ. дела в России Е. Евдокимов, 1900. Т. 1.
21. *Ожегов С.И.* Словарь русского языка / под ред. Н.Ю. Шведовой. 10-е изд., стереотип. М.: Совет. энциклопедия, 1973. 847 с.
22. *О благотворительной деятельности и благотворительных организациях* [Электронный ресурс]: Федер. закон от 11 авг. 1995 г. № 135-ФЗ : (в ред. от 23 декабря 2010 г. № 383-ФЗ) // КонсультантПлюс : справ. правовая система. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_108360/, 13.11.2013 г.
23. *Российский статистический ежегодник – 2012 г.* [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. – URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b12_13/Main.htm, 13.11.2013 г.

Bykov Alexander A., Zhukova Anastasia V. Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation)
GENESIS OF THE CONCEPT OF “CHARITY” IN RUSSIAN HISTORY: REGULATORY SUPPORT AND FORMS OF IMPLEMENTATION

Key words: charity in Russian history, public charity in Russia, legislation.

Studying the phenomenon of charity is of particular interest for philosophers, historians, and leaders of society. However, in the Soviet period, this issue was not examined at all, for political reasons. Nonetheless, charity has always reflected the level of socio-economic development of society and the state of moral cul-

ture and civilizational maturity of society. Therefore analysis must take into account three elements of charity in Russia: the historical background (context), the concept, and the practice of charity.

The phenomenon of charity in the tradition of the Russian state is considered in this article. Legal documents of the XV - XXI centuries served as the main acts which regulated charitable work. Analysis was made of specific practices of charitable activities in Russia carried out on the basis of these legal documents.

The State, church, and community organizations were agents of charitable activity in pre-revolutionary Russia. They were the foundation for social support to needy populations.

Private charity didn't exist in the Soviet Union. It was considered a "cost" of the bourgeois system, and was replaced by forms of state social welfare.

In the post-Soviet Russian life charity returned in 1995 at the legislative level. Both citizens and legal entities may participate in charitable activities, and these exist today together with state social security systems.

The evolution of ideology and organizational forms of charitable activity during the pre-revolutionary, Soviet, and post-Soviet periods are considered in the article.

References

1. *Petropavlovskij I.D.* Istoricheskij ocherk blagotvoritel'nosti i ucheniya o nej v yazycheskom mire, Vethom Zavete i v drevnej cerkvi hristianskoj. M., 1895. 120 s.
2. *Ilyustrirovannyj `Enciklopedicheskij slovar' F. Brokgauza i I. Efrona.* – M.: `EKSMO, 2008. 960 s.
3. *Dal' V.I.* Tolkovyy slovar' zhivogo velikoruskogo yazyka: v 4 t. M.: GIS, 1955. T. 1. 699 s..
4. *Ozhegov S.I.* Tolkovyy slovar' russkogo yazyka. 4-e izd., dop. M.: Azbukovnik, 1999. 939 s.
5. *Nescheretnij P.I.* Istoricheskie korni i tradicii razvitiya blagotvoritel'nosti v Rossii. M.: SOYuZ, 1993. 31 s.
6. *Istoriya social'noj raboty v Rossii.* Spravochnik: ucheb. posobie. Blagoveschensk: Amurskij gos. un-t, 2001. 108 s.
7. *Bibliya.* Knigi Svyaschennogo Pisaniya Vethogo i Novogo Zaveta. M.: Rossijskoe biblejskoe obschestvo, 2005. 1371 s.,
8. *Pravoslavnyaya `enciklopediya / pod red. Patriarha Moskovskogo i vseya Rusi Aleksiya II.* M.: Pravosl. `encikl., 2002. T. 5. 752 s.
9. *Selivanov A.F.* Sovremennoe polozhenie russkoj blagotvoritel'nosti // Trudy pervogo s`ezda russkikh deyatelej po obschestvennomu i chastnomu prizreniyu. 8-13 marta 1910 g. Ch. 1, 2. SPb.: b. i., 1910. 229, 637 s.
10. *Bykov A.A.* Social'naya zaschita detej v Sibiri v XIX - nachale XX veka // Aktual'nye problemy teorii i praktiki social'noj raboty s sem'ej i det'mi: Sbornik nauchnyh trudov. Tomsk: Izd-vo IOA SO RAN, 2010. S. 143–149.
11. *Kudryavcev A.* Nischenstvo kak predmet popecheniya cerkvi, obschestva i gosudarstva: rech', proiznesennaya v torzhestvennom sobranii Imperatorskogo Novorossijskogo universiteta 30 avgusta 1885 goda professorom, protoiereem Al. Kudryavcevim. Odessa: Tip. «Odesskogo vestnika», 1885. 89 s.
12. *Rossijskoe zakonodatel'stvo X-XX vekov: v 9 t. / pod obsch. red. O. I. Chistyakova.* – M.: Yuridicheskaya literatura, 1985. T. 2. 519 s.
13. *Polnoe sobranie zakonov Rossijskoj imperii. Sobranie Pervoe. T. III: 1689–1699 gg.* SPb.: Pechatano v Tipografii II otdeleniya Sobstvennoj Ego imperatorskogo Velichestva Kancelyarii, 1830. 694 s. // Polnoe sobranie zakonov Rossijskoj imperii [Elektronnyj resurs]. – URL: <http://www.nlr.ru/e-res/law_r/search.php>, 10.11.2013 g.
14. *Stog A.* Ob obschestvennom prizrenii v Rossii // Antologiya social'noj raboty: v 5 t. T. 3 / sost. M. V. Firsov. M.: Svarog: NVF SPT, 1995. 544 s.
15. *Polnoe sobranie zakonov Rossijskoj imperii. T. XX: S 1775 po 1780. Ot № 14.233 do 15.105.* SPb.: Pechatano v Tipografii II Otdeleniya Sobstvennoj Ego Imperatorskogo Velichestva Kancelyarii, 1830. 1041 s. // Nekommercheskaya `elektronnaya biblioteka «ImWerden» [Elektronnyj resurs]. – URL: http://imwerden.de/pdf/polnoe_sobranie_zakonov_tom20_1775-1780_1830.pdf <http://imwerden.de/pdf/polnoe_sobranie_zakonov_tom20_1775-1780_1830.pdf>, 10.11.2013 g.
16. *Georgievskij P.I.* Prizrenie bednyh i blagotvoritel'nost'. SPb.: Tipografiya Morskogo ministerstva, 1894. 118 s.

17. *Polnoe sobranie zakonov Rossijskoj imperii. Sobranie vtoroe. T. XXXIX. Otdelenie pervoe. 1864. Ot № 40457–44518.* SPb.: Tipografiya II Otdeleniya Sobstvennoj Ego Imperatorskogo Velichestva Kancelyarii, 1867. 973 s. // Rossijskaya nacional'naya biblioteka [Elektronnyj resurs]. - URL: <http://www.nlr.ru/e-res/law_r/search.php>, 10.11.2013 g.
18. *Obschestvennoe i chastnoe prizrenie v Rossii.* SPb.: Tip. Imp. Akad. nauk, 1907. 296 s.
19. *Gogel' S.K. Ob'edinenie i vzaimodejstvie chastnoj i obschestvennoj blagotvoritel'nosti.* SPb.: Tip. t-va «Obschestvennaya pol'za», 1908. 92 s.
20. *Blagotvoritel'nyya uchrezhdeniya Rossijskoj imperii / sost. po Vysochajshemu povelению Sobstvennoy Ego Imperatorskogo Velichestva Kancelyarieyu po uchrezhdeniyam imperatricy Marii [chinami kancelyarii Postnikovym N.S. i dr.; pod red. tajnogo sovetnika A.A. Tolub'eva].* SPb.: Tip. Spb. akc. o-va pech. dela v Rossii E. Evdokimov, 1900. T. 1.
21. *Ozhegov S.I. Slovar' russkogo yazyka / pod red. N.Yu. Shvedovoj.* 10-e izd., stereotip. M.: Sovet. `enciklopediya, 1973. 847 s.
22. O blagotvoritel'noj deyatel'nosti i blagotvoritel'nyh organizacijah [Elektronnyj resurs]: Feder. zakon ot 11 avg. 1995 g. № 135-FZ : (v red. ot 23 dekabrya 2010 g. № 383-FZ) // Konsultant-Plyus : sprav. pravovaya sistema. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_108360/ <http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_108360/>, 13.11.2013 g.
23. *Rossijskij statisticheskij ezhegodnik – 2012 g.* [Elektronnyj resurs] // Federal'naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki. – URL: <http://www.gks.ru/bgd/regl/b12_13/Main.htm>, 13.11.2013 g.

УДК 316.35.023.4

В.В. Галиндабаева

ТРУДОВЫЕ МИГРАНТКИ: МЕЖПОКОЛЕНЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ В СЕМЬЯХ СЕЛЬСКИХ МИГРАНТОВ В БУРЯТИИ

Рассматривается проблема того, как миграция женщин из села в город оказывает влияние на межпоколенческие отношения в семьях сельских мигранток в постсоветской Бурятии. Основное внимание исследователей направлено на транснациональную женскую миграцию, хотя сельско-городская миграция женщин является важным фактором изменения семьи в России. Приведен краткий обзор научной литературы по данной теме. Используется теория межпоколенческих трансфертов. Исследование анализирует несколько форм межпоколенческой солидарности: материальную (деньги, подарки, неоплачиваемый труд) и моральную (эмоциональная поддержка). Старшее поколение становится для сельских женщин-мигранток главной поддержкой в организации ухода за детьми. Широкое распространение мобильной телефонии стало важным ресурсом межпоколенческой солидарности на расстоянии. Материальные обмены в целом направлены от старшего поколения к младшему. Значение межпоколенческих отношений и поддержки в сельской местности актуализируется на фоне кризиса аграрной сферы и дефицита социальной поддержки сельских мигрантов со стороны государства.

Ключевые слова: межпоколенческая солидарность, межпоколенческие обмены, миграция, сельская семья.

Внутри- и межрегиональная миграция населения составляет основную часть миграционных потоков в России [1]. Сельские жители, переехавшие в город в поисках работы, формируют значительную группу внутренних мигрантов. Трудоизбыточность села увеличивается с введением рыночных механизмов регулирования аграрного производства и способствует выезду значительной части трудоспособного сельского населения в город. До 50 % сельских мигрантов составляют женщины трудоспособного репродуктивного возраста, которые часто оставляют в селах детей на воспитание своим родителям [2].

Миграция населения является важным фактором изменения базовых социальных институтов, в том числе и семьи. Интерес к изучению влияния женской миграции на семейные отношения появился сначала в 80-е гг. у американских и европейских исследователей, которые подняли проблему феминизации потоков транснациональных мигрантов в страны Западной Европы и США. Авторы уделяли основное внимание причинам миграции женщин, которые оставляли в странах Третьего мира своих детей, мужей и других членов семьи и рода. Их интересовало соотношение экономических и неэкономических факторов миграции женского населения, а также влияние миграции на положение женщины в обществе [3]. Более поздние исследования сосредоточены больше на том, какое влияние оказывает миграция женщин на изменение гендерных ролей и гендерной идеологии в странах исхода [4]; как поддерживаются межпоколенческие отношения и родственные сети на рас-

стоянии [5]; как изменяются представления о материнстве у женщин-мигранток под влиянием гендерной идеологии западного общества [6, 7].

Последние двадцать лет наблюдается рост числа работ, посвященных сельско-городской миграции в Китае. Несмотря на жесткую систему регистрации, препятствующую передвижению жителей сельских районов в города, а также реализацию программ по аграрной индустриализации, число сельских мигрантов продолжает расти. Темы женской миграции и трансформации семейных отношений занимают важное место в данных исследованиях [8, 9, 10].

В России отдельные исследования миграции женщин появились после распада СССР в 1990 г., но они касаются в первую очередь транснациональной миграции между странами бывшего СССР [11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18]. Миграция внутри страны рассматривается с точки зрения эффективного распределения трудовых ресурсов между регионами, как и в советский период [19, 20]. Внимание также уделяется адаптации сельских мигрантов из национальных регионов в больших городах [21, 22, 23].

Таким образом, вопрос влияния миграции на изменение семейных отношений затрагивается в основном в исследованиях международной миграции из стран СНГ в Россию, из стран бывшего СССР в страны Западной Европы. Исследователи рассматривают такой феномен, как транснациональная семья, родительство на дистанции, глобальные цепочки заботы.

Однако в случае сельско-городской миграции данный вопрос не менее актуален, так как сельские мигранты, как и международные, участвуют в воспитании своих детей на расстоянии. Сельско-городская миграция рассматривается только с точки зрения дискурса демографического вымирания деревень либо с точки зрения городских исследований – адаптации сельчан в пространстве города.

В новых структурных условиях, мигранту недостаточно устроиться на работу на предприятие или в организацию, чтобы получить доступ к социальному жилью и программам поддержки, как это было в советское время. Мигрант оставляет за собой не только пожилых родителей, но и детей, которых почти невозможно устроить в муниципальный детский сад на новом месте проживания. В таких условиях, как показывают исследования, трудовая миграция родителей, особенно матерей, приводит к изменению традиционных межпоколенческих отношений.

В республике Бурятия сельско-городская миграция повторяет характерные для всей России тенденции [24]. Миграция бурятского населения из сельских районов в столицу республики, интенсифицировавшаяся с индустриализацией и коллективизацией, еще в советский период стала важным фактором ускорения нуклеаризации и изменения отношений внутри расширенной бурятской семьи [25, 26].

Таким образом, в данной статье мы обращаемся к вопросу о том, как миграция женщин из села в город оказывает влияние на межпоколенческие отношения в семьях сельских мигранток в постсоветской Бурятии. Сначала мы уделим внимание операционализации понятия межпоколенческих отношений.

Межпоколенческие трансферты

Тема конфликта и солидарности поколений стала особенно актуальной в 60-е гг. XX века в связи с развитием молодежного движения и конфликта молодежи и среднего поколения в западноевропейских странах [27].

В основном исследователи интересуются несколькими формами межпоколенческой солидарности: материальной (деньги, подарки, неоплачиваемый труд) и моральной (поддержка и уход) [28]. Концепция межпоколенческих трансфертов нацелена на выявление направлений объемов передачи материальных благ между поколениями. Данный концепт используется как экономистами, так и социологами. В социологической литературе межпоколенческие обмены рассматриваются с точки зрения модели зависимости обменов от стадий жизненного цикла [29], теории социальных сетей [30] и теории реципрокных обменов [31, 32].

Модель зависимости обменов от фазы жизненного цикла показывает, что в течение жизненного цикла индивид накапливает ресурсы, и, следовательно, старшее поколение в данной модели обладает большими ресурсами и поэтому трансферты от старшего поколения к младшему почти всегда больше, чем в обратном направлении. Однако, когда с достижением пожилого возраста у многих представителей старшего поколения в силу различных причин (ухудшение здоровья и т.п.) ресурсов становится меньше, направление трансфертов изменяется [29]. Российские исследования также демонстрируют, что в российском обществе чаще всего старшее поколение передает ресурсы младшему. Однако помощь оказывается избирательно, самым нуждающимся членам семьи, имеющим высшее образование, проживающим в городской местности и т.д. Обратная помощь от детей к родителям встречается реже, и прародители даже в пожилом возрасте продолжают быть донорами не только материальной помощи, но и трудовой в случае воспитания внуков и детей [34].

Теория трансфертов активно используется и при исследовании обменов между домохозяйствами в сельской местности. Так, исследование О.В. Лыловой показывает, что прежде общепринятая практика помощи родителей уже взрослым детям и их семьям в новых экономических условиях стала более актуальной для выживания домохозяйств. Если до 1990-х гг. родители чаще всего помогали своим взрослым детям в продовольственной форме, то после 1990-х гг. родители-пенсионеры стали помогать и в денежной форме. Однако дети возвращают свой «долг» в виде неоплачиваемого труда на приусадебном участке родителей, без которого последним было бы трудно вести хозяйство [35]. Результаты исследования сетей взаимной поддержки в сибирском селе О.П. Фадеевой также подтверждают выводы О.В. Лыловой [36]. С.Ю. Барсукова рассматривала межпоколенные отношения, используя теорию реципрокных обменов. Все российские семьи, так или иначе, погружены в реципрокный обмен ресурсами разного рода, но количественный анализ учитывает лишь следующие виды обменов: продуктовые, денежные, долговые и трудовые. Специфика обменов, по мнению автора, в городских и сельских семьях заключается только в сезонных колебаниях [31].

В данном исследовании мы также рассматриваем материальные и нематериальные обмены, которые происходят в семьях сельских мигрантов на определенном этапе жизненного цикла.

Методология исследования

Для сбора данных использовался метод лейтмотивного интервью и анализ документов. Всего было проанализировано 21 интервью. Выборка в нашем исследовании является критериальной. Первым критерием при выборе семей является место проживания – сельская местность. Исследование проводилось в следующих селах: Хилгана, Улюнхан, поселение Удинское, Иволгинск. Хилгана находится в 320 км от города, Баргузинский район, население 1207 чел. Улюнхан находится в 450 км от города, Курумканский район, население 1200 чел. Удинск – 120 км от города, Хоринский район, 2 тыс. чел. Поселок Иволгинск является административным центром Иволгинского района, в котором проживает 7 тысяч человек. Иволгинское находится в 60 км от столицы республики.

Второй критерий – принадлежность к этнической группе: члены семей должны были идентифицировать себя с бурятским этносом. В связи с этим выбирались села, в которых буряты составляют либо половину, либо более половины населения. Так, Хилгана по статистике, которую нам предоставила сельская администрация, бурятское село по этническому составу (1 человек идентифицирует себя как русского; 6 человек считают себя татарами). В Улюнхине не проживают представители других этнических групп. Иволгинск представляет смешанное по этническому составу поселение. Удинск так же, как и Иволгинск, является смешанным поселением, хотя статистических данных по этническому составу нет, так как администрация Хоринского района не ведет учет.

Третий критерий выбора семей – детность – наличие детей в возрасте до 7 лет. Нам было важно рассмотреть, как происходят межпоколенческие обмены и выстраиваются межпоколенческие отношения в семьях сельских мигрантов, которые оставляют с членами расширенной семьи своих детей.

Контекст исследования

На территории Республики Бурятия с середины 80-х наблюдается интенсивная миграция из села в город. Среднегодовой отток населения из сельской местности во второй половине 80-х составлял 13,9 человека на 1000 (в пиковом 1989 году — 17,2). Основная причина миграции – это дефицит рабочих мест в сельской местности в связи с кризисом аграрного производства. Так, к 1998 г. доля безработных в сельской местности достигла 39,7%, а в 1999 г. на долю сельской безработицы приходилось 35,6% от общей численности безработных республики. Работники сельского хозяйства получали и самую низкую зарплату, обеспечивавшую прожиточный минимум лишь на 30% [36].

Дело в том, что с переходом к рыночной экономике и принципу самокупаемости аграрный сектор Бурятии и многих других подобных российских ре-

гионов вошел в полосу затяжного кризиса. Колхозы, которые устраивались в соответствии с организацией сельского хозяйства, характерной для черноземной полосы России, в аридной зоне могут успешно функционировать только при широкой финансовой и социальной поддержке государства. Пока существовала широкая поддержка государства, которая компенсировала колхозам затраты на создание дополнительных сельскохозяйственных факторов (система орошения, закупка удобрений и т.п.), аграрный сектор функционировал успешно [36].

Изменились и структурные условия сельско-городской миграции. В позднесоветский период сельские мигранты могли рассчитывать на социальную поддержку предприятия, на которое они устраивались на работу [37]. После 1990-х гг. почти все организации и предприятия отказались от социальной нагрузки в виде детских садов, общежитий и поликлиник. Неолиберальная политика, проводимая последние 20 лет, способствовала и сокращению расходов государства на социальную сферу. В результате в городе Улан-Удэ ощущается острый дефицит мест в детских садах. Сельские женщины в таких условиях оказались лишены в городе опоры как в виде поддержки семьи в организации заботы, так и в виде институциональных услуг, предоставляемых государством или предприятием.

Таким образом, рыночные реформы 1990-х гг., повлекшие за собой коренные изменения в экономике республики, обусловили изменение структуры занятости на селе и способствовали интенсификации миграции трудоспособного сельского населения в город.

Неоплачиваемый труд по уходу за детьми

В одном случае, например, бабушка воспитывает двоих внуков от младшей дочери, которая переехала в город, и присматривает за детьми старшей дочери, которая живет и работает в том же селе. Первый внук от младшей дочери живет с бабушкой с самого рождения. Дочь родила его, когда ей было 19 лет, и через полгода уехала в город на поиски работы. В городе она вышла замуж и родила второго ребенка. Второго ребенка она также отдала на воспитание своей матери. Бабушка по линии мужа проживает в городе, но она работает полный рабочий день, поэтому не может оказать помощь молодой семье. В отличие от городской бабушки, сельская бабушка, будучи на пенсии, уже не работает и может посвятить время внукам. Так рассказывает сама бабушка: *«Сначала первого дома родила, а потом замуж вышла, второго родила. Родила и второго привезли сюда, чтобы она на работу устроилась. Сейчас время-то, без работы как будешь жить? Кусок хлеба зарабатывать надо? Ну и вот. (...) Бабушка там работает, дедушка тоже безработный, но там хозяйство, туда-сюда, ага. А так они не могут забрать к себе ребенка младшего-то»* (бабушка Ася, 57 лет, 3 детей, 4 внука). Таким образом, родительская семья предоставляет сельским мигранткам поддержку в воспитании детей в условиях дефицита институциональной заботы в городе.

Следующий случай показывает, как расширенная семья становится главной опорой в организации заботы о детях для одинокой матери. В одной семье две дочери уехали работать в северный регион. Младшая дочь, которая на

период проведения полевого исследования вернулась в Бурятию и находилась у своих родителей, так описывает ситуацию: *«Девочки здесь остались, потому что мы воедем работали: Сэсэг сутками, я тоже целыми днями работала. Девочки здесь остались. Мама говорит: «Что туда в холод детей возить?» А ...это садик-то еще не дали, хотя в очередь встали, а садик не дали. (...) Потом по дочери соскучилась, у меня никакого желания работать. Все, не могу и не хочу. Хочу, говорю, домой ехать»* (Дарима, 33 г., дочь 5 лет, не замужем). Итак, в условиях полной занятости и дефицита институциональной заботы одинокие мамы передают заботу о своих маленьких детях старшему поколению. Бабушки и дедушки, в свою очередь, не только согласны взять на себя такую ответственность, но и сами настаивают на том, чтобы воспитывать внуков.

Интервью проводилось полгода спустя, после возвращения Даримы домой. Она забрала с собой и дочь старшей сестры, которая не может сочетать работу и заботу о детях в силу специфики своей работы: *«Сюда приехала и её с собой привезла, потому что сестра же сутками работает, не с кем оставлять. Сутки работала, и все. Ребенка же не будешь с собой сутками таскать по больнице. Она в стационаре работала, а если бы в поликлинике, то легче было бы. Ну и все решила её сюда привезти. Думала, она там не справится. Бабушке, дедушке привезу, тут им будет радость»* (Дарима, 33 г., дочь 5 лет, не замужем).

Особое отношение к внукам бабушки объясняют тем, что, когда они были родителями, у них не было достаточного времени на своих детей: *«Своих детей я не воспитала, так как постоянно работала. Свекровь с моими детьми сидела. Молодые мы были, за детьми совсем не смотрели, другое поколение воспитывало. Трех внуков сама воспитывала, дочери некогда было»* (Бабушка Норжима, 78 лет, 5 взрослых детей, 15 внуков). То есть женщины старшего поколения, которое было активно вовлечено в аграрное производство, не успевали исполнить свою родительскую роль в отношении своих детей, поэтому уже на пенсии, когда проблема баланса работы и заботы не актуальна, они могут сосредоточиться только на заботе о детях.

В определенной мере эта модель межпоколенческой поддержки воспроизводится с советского периода. Все женщины старшего поколения подчеркивали, что их детей до школы тоже воспитывали их бабушки и дедушки. Дело в том, что до 1981 г. декретный отпуск варьировался от 48 дней до 71, после которого женщина была обязана выйти на работу в колхозное хозяйство. Сейчас мать может взять оплачиваемый отпуск по уходу за ребенком и еще взять дополнительный неоплачиваемый отпуск на полтора года. В то время молодые матери не располагали такими возможностями и при выходе на работу могли положиться только на межпоколенческие сети взаимопомощи или ясельные группы круглосуточного режима работы.

Роль современных средства связи

С распространением современных средств связи (сотовая связь, Интернет) поддерживать межпоколенные отношения на расстоянии стало значительно легче. На вопрос, как часто звонит старшая сестра, Дарима ответила

следующее: «...каждый день звонит. Сейчас мобильный телефон, что, раз и все. Раньше-то тяжело было, когда домашний телефон. Один раз в месяц пойдешь на телефонные переговоры: Алле, Алле, покричишь и все. (...) В пятом году только мобильники появились. В пятом году мы сотовый купили, чтобы перезваниваться, когда она в роддоме была. ...Здесь-то связи не было в то время. В Баргузине только 2006-м гг. связь появилась» (Дарима, 33 г., дочь 5 лет, не замужем). Таким образом, сотовая связь, её распространение по всей территории Сибири и удешевление в последние годы также способствуют повышению включенности среднего поколения, проживающего отдельно, в жизнь пожилых родителей и своих детей.

В целом роль мобильной телефонии оказывает такое же влияние на отношения между поколениями в так называемых транснациональных семьях. В транснациональных семьях мобильная связь поддерживает практики материнства на расстоянии [38].

Материальные обмены между поколениями

Мы спрашивали, как помогают родители старшему поколению в воспитании внуков, и помогает ли старшее поколение среднему материально. Все информанты указали, что родители, конечно, помогают. Бабушка Аля периодически получает посылки от дочки, которые привозят водители автобуса из Улан-Удэ: «...она постоянно отправляет деньги там, молоко с города, все отправляет. С города привозит продукты, все помогает. Пенсия-то у нас кого? На одну пенсию тут уплотим, на другую пенсию живем» (бабушка Аля, 3 детей, 4 внука).

С одной стороны, старшее поколение в основном живет на пенсию, поэтому нуждается в дополнительных источниках дохода, чтобы содержать маленького ребенка. Бабушка Гэрэлма, которая также живет только на пенсию, тоже постоянно получала помощь от дочерей: «Мы тоже постоянно домой деньги: отправляли на дрова, на сено (ну, сено они обычно сами косили). Продукты купить или еще что-то надо купить, конечно, сразу отправляли» (Дарима, 33 г., дочь 5 лет, не замужем). Другая наша информантка, например, не получает помощь от взрослых детей, оставивших ей внуков, а сама помогает самому младшему сыну, который недавно вернулся из армии и временно не работает.

С другой стороны, бабушки, которые уже получают пенсию, считаются в сельской местности людьми состоятельными. Помощь среднего поколения в таких случаях сводится к покупке товаров, которые невозможно приобрести в сельской местности. Так, у многих детей в селах есть компьютеры и другая техника, которую им привозят родители из города. Покупка одежды также лежит на плечах мигрантов, у которых есть доступ к товарам широкого потребления.

Заключение

Таким образом, наше исследование показывает, что в семьях сельских мигрантов обмен между поколениями остается неэквивалентным: старшее поколение оказывает значительную поддержку среднему поколению в воспитании

детей. В отличие от городских бабушек, которые продолжают работать и после выхода на пенсию, сельские бабушки, наоборот, рано выходят на пенсию в связи с общей кризисной ситуацией в аграрном секторе и занимаются только личным подсобным хозяйством. По причине раннего выхода на пенсию помощь сельских бабушек становится доступной для среднего поколения.

Отношения между поколениями выстраиваются таким образом, что старшее поколение оказывается в центре: именно старшее поколение поддерживает самые тесные эмоциональные и материальные связи, с одной стороны, с младшим поколением, с другой стороны, со средним поколением, хотя обычно именно среднее поколение находится в центре триады, поддерживая солидарность большой семьи.

Литература

1. *Зайончковская Ж., Мкртчян Н.* Внутренняя миграция в России: правовая практика. Миграционная ситуация в регионах России. М., 2007. Вып. 4. 82 с.
2. *Мусеенко В.И.* Снижение масштабов внутренней миграции населения России: опыт оценки динамики по данным текущего учета // Вопросы статистики. 2004. № 7. С. 47–56
3. *Marocvasic M.* Birds of passage are also women // *International Migration Review*. 1984. № 18(4). P. 886–907.
4. *Levitt P., Jaworsky N.* Transnational migration studies: past developments and future // *Annual Review of Sociology*. 2007. № 33. P. 129–156.
5. *Bryceson D.F., Vuorela U.* The Transnational family: new European frontiers and global networks. Oxford/New York: Berg, 2002. 330p.
6. *Parrenas R.S.* Mothering from a distance: emotions, gender, and intergenerational Relations in Filipino Transnational Families // *Feminist Studies*, 2001. № 27(2). P. 361–390.
7. *Global women. Nannies, maids and sex workers in the new economy.* NY. Metropoliton. 2002. 336 p.
8. *Liang Z. Yiu Por Chen, Yanmin Gu.* Rural industrialization and internal migration in China // *Urban Studies*. 1996. № 39(12). P. 2175–2187.
9. *Meerza S. et al.* Rural-urban migration and its consequences on rural children: an empirical study // *Asian social science*. 2010. № 6(12). P. 176–181.
10. *Gaetano A.M., Jacka T.* On the move. Women and rural-to-urban migration in contemporary China. NY: Columbia university press. 2004. 367 p.
11. *Loyalka M.D.* Eating bitterness. Stories from the front lines of China's great urban migration. Berkley, LA, London: University of California Press, 2012. 264 p.
12. *Россия: 10 лет реформ. Социально-демографическая ситуация.* М.: РИЦИСЭПН, 2002. 368 с.
13. *Поletaев Д.* Женщины-мигранты из зарубежных стран в России // *Вестник Евразии*. 2005. № 1. С. 18–31.
14. *Мукомель В., Кеяну-Андрей Д.* Молдаване в Российской Федерации: социально-экономический профиль и вызовы на уровне политик. MOM. 2013. 100 с. – URL: http://www.iom.md/attachments/110_rfinalru.pdf
15. *Зотова Н.* Женщины – трудовые мигранты из Таджикистана (старшая возрастная группа) // *Вестник Евразии*. 2007. № 2(36). С. 72–87.
16. *Хушкадамова Х.О.* Женское лицо миграции // *СОЦИС*. 2010. № 5. С. 99–104.
17. *Бредникова О., Ткач О.* Дом для номады // *Laboratorium*. 2010. № 3. С. 72–95.
18. *Женщины-мигранты из стран СНГ в России / под ред. Е.В. Тюрюкановой.* М.: МАКС Пресс, 2011. 118 с. – URL: <http://migrocenter.ru/gender/pdf/doklad.pdf>
19. *Мкртчян Н.В.* Внутренняя миграция: великое прошлое и скромное будущее // *Демоскоп. Демографический еженедельник*. 2010. № 431–432. – URL: <http://demoscope.ru/weekly/2010/0431/analit01.php>
20. *Андрюченко Ю., Гуриев С.* Анализ миграции в России // Центр экономических и финансовых исследований и разработок в РЭШ, серия «Аналитические разработки и отчеты». 2006. № 23. 47 с.
21. *Дробижеева Л.М.* Завоевания демократии и этнонациональные проблемы России // *Общественные науки и современность*. 2005. № 2. С. 16–28.

22. Карбаинов Н.И. «Нахаловки» Улан-Удэ: «огораживание» пригородной земли // СОЦИС. 2007. № 7. С. 140–157.
23. Алексеева М.С. Сельско-городская миграция и проблема самовольных поселений в постсоветской Бурятии: социально-экологический подход // Журнал социологии и социальной антропологии. 2010. № 13(4). С. 128–139.
24. Миграция населения Республики Бурятия. Статистический сборник № 02-03-02. УУ.: Бурят-стат. 2013. С. 21–23.
25. Басаева К.Д. Преобразования в семейно-брачных отношениях бурят. УУ.: 1974. 114 с.
26. Осинский И.И. Гылыкова Э.В. Бурятская городская семья на рубеже XX–XXI веков. Социологический анализ. УУ.: Изд. БГУ. 2003. 350 с.
27. *The myth of generational conflict: the family and state in ageing societies* / edited by Sara Arber and Claudine Attias-Donfut. London, Ney-York: Routledge, 2000. 232 с.
28. Семенова В.В. Социальная динамика поколений: проблема и реальность. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН). 2009. 271 с.
29. Cheal D. Intergenerational Family Transfers // *Journal of Marriage and the Family*. 1983. № 45(4). P. 805–813.
30. Гладникова Е.В. Обзор подходов к исследованию частных межпоколенных трансфертов // электронный журнал «Экономическая социология». 2009. Т. 10. № 5. С. 93–110.
31. Барсукова С.Ю. Сетевая взаимопомощь российских домохозяйств: теория и практика экономического дара // Мир России. 2003. № 2. С. 81–122.
32. «Великая трансформация» Карла Поланьи: прошлое, будущее, настоящее. М.: ГУ-ВШЭ. 2006. 321 с.
33. Гладникова Е.В. Межпоколенные трансферты: направление, участники и факторы, их определяющие. // Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры (SPERO). 2007, № 7 (осень-зима). С. 125–148. – URL: http://spero.socpol.ru/docs/N7_2007-125-148.pdf
34. Львова О.В. Неформальная взаимопомощь в сельском сообществе // СОЦИС. 2002. № 2. С. 83–86.
35. Фадеева О.П. Межсемейная сеть: механизмы взаимоподдержки в российском селе / Неформальная экономика: Россия и мир // ред. Т. Шанин. М.: Логос. 1999. С. 183–218.
36. Панарин С.А. Этнополитическая ситуация в Республике Бурятия // Байкальская Сибирь: из чего складывается стабильность / под ред. В.И. Дятлова, С.А. Панарина, М.Я. Рожанского. Москва, Ирк.: Изд. Наталис, 2005. С. 23–94.
37. Лефевр С. Социальная роль предприятий в России: случай патернализма? // Мир России. 2003. № 3. С. 149–170.
38. Толстокорова А.В. Любовь по телефону: роль мобильной телефонии в транснациональном материнстве украинских мигранток // Журнал социологии и социальной антропологии. 2013. № 16(41). С. 42–159.

Galindabaeva Vera V. Kazan Federal University (Kazan, Russian Federation)

LABOR MIGRANTS: INTERGENERATIONAL RELATIONSHIPS IN RURAL MIGRANTS' FAMILIES IN BURYATIA

Key words: intergenerational solidarity, intergenerational transfers, migration, rural family

The article considers the issue of impact of rural-to-urban migration of women on intergenerational relationships in rural families in post-Soviet Buryatia. The main attention of the researchers is focused on transnational migration of women to Russia however rural-to-urban migration of women also remains one of the main factors for family transformations in rural area of the country. The literature on the theme of women migration impact on the family is reviewed. Theory of intergenerational transfers is applied. There are two main forms of transfers: material (monetary, gifts, unpaid domestic labor) and non-material (emotional support). The older generation provides care for the children that were stayed behind by women migrated to the city. The wireless telephony widely distributed on the territory of the Republic of Buryatia became an important resource for intergenerational solidarity and support on a distance. Material transfers flows from the older generation to a younger one. Intergenerational support becomes especially important in the context of agrarian sector crises and deficit of institutionalized social support.

References

1. *Zajonchkovskaya Zh., Mkrтчyаn N.* Vnutrennyaya migraciya v Rossii: pravovaya praktika. Migracionnaya situaciya v regionah Rossii. M., 2007. Vyp. 4. 82 s.
2. *Moiseenko V.I.* Snizhenie masshtabov vnutrennej migracii naseleniya Rossii: opyt ocenki dinamiki po dannym tekushego ucheta // Voprosy statistiki. 2004. № 7. S. 47–56
3. *Marocvasic M.* Birds of passage are also women // International Migration Review. 1984. № 18(4). P. 886–907.
4. *Levitt P., Jaworsky N.* Transnational migration studies: past developments and future // Annual Review of Sociology. 2007. № 33. P. 129–156.
5. *Bryceson D.F., Vuorela U.* The Transnational family: new European frontiers and global networks. Oxford/New York: Berg, 2002. 330p.
6. *Parrenas R.S.* Mothering from a distance: emotions, gender, and intergenerational Relations in Filipino Transnational Families // Feminist Studies, 2001. № 27(2). P. 361–390.
7. *Global women.* Nannies, maids and sex workers in the new economy. NY. Metropolotan. 2002. 336 p.
8. *Liang Z. Yiu Por Chen, Yanmin Gu.* Rural industrialization and internal migration in China // Urban Studies. 1996. № 39(12). P. 2175–2187.
9. *Meerza S. et al.* Rural-urban migration and its consequences on rural children: an empirical study // Asian social science. 2010. № 6(12). P. 176–181.
10. *Gaetano A.M., Jacka T.* On the move. Women and rural-to-urban migration in contemporary China. NY: Columbia university press. 2004. 367 p.
11. *Loyalka M.D.* Eating bitterness. Stories from the front lines of China's great urban migration. Berkley, LA, London: University of California Press, 2012. 264 p.
12. *Rossiya: 10 let reform.* Social'no-demograficheskaya situaciya. M.: RICIS`EPN, 2002. 368 s.
13. *Poletaev D.* Zhenschiny-migranty iz zarubezhnyh stran v Rossii // Vestnik Evrazii. 2005. № 1. S. 18–31.
14. *Mukomel' V., Keyanu-Andrej D.* Moldavane v Rossijskoj Federacii: social'no-ekonomicheskij profil' i vyzovy na urovne politik. MOM. 2013. 100 s. – URL: http://www.iom.md/attachments/110_rfinalru.pdf <http://www.iom.md/attachments/110_rfinalru.pdf>
15. *Zotova N.* Zhenschiny - trudovye migranty iz Tadzhhikistana (starshaya vozrastnaya gruppa) // Vestnik Evrazii. 2007. № 2(36). S. 72–87.
16. *Hushkadamova H.O.* Zhenskoe lico migracii // SOCIS. 2010. № 5. S. 99–104.
17. *Brednikova O., Tkach O.* Dom dlya nomady // Laboratorium. 2010. № 3. S. 72–95.
18. *Zhenschiny-migranty iz stran SNG v Rossii / pod red. E.V. Tyuryukanovoj.* M.: MAKSPress, 2011. 118 s. – URL: <<http://migrocenter.ru/gender/pdf/doklad.pdf>>
19. *Mkrтчyаn N.V.* Vnutrennyaya migraciya: velikoe proshloe i skromnoe budushee // Demoskop. Demografisekij ezhenedel'nik. 2010. № 431-432. – URL: <http://demoscope.ru/weekly/2010/0431/analit01.php> <<http://demoscope.ru/weekly/2010/0431/analit01.php>>
20. *Andrienko Yu., Guriev S.* Analiz migracii v Rossii // Centr `ekonomicheskij i finansovyh issledovanij i razrabotok v R`ESH, seriya «Analiticheskie razrabotki i otchety». 2006. № 23. 47 s.
21. *Drobizheva L.M.* Zavoevaniya demokratii i `etnonacional'nye problemy Rossii // Obschestvennye nauki i sovremennost'. 2005. № 2. S. 16–28.
22. *Karbainov N.I.* «Nahalovki» Ulan-Ud`e: «ogorazhivanie» prigorodnoj zemli // SOCIS. 2007. № 7. S. 140–157.
23. *Alekseeva M.S.* Sel'sko-gorodskaya migraciya i problema samovol'nyh poselenij v postsovetskoj Buryatii: social'no-ekologicheskij podhod // Zhurnal sociologii i social'noj antropologii. 2010. № 13(4). S. 128–139.
24. *Migraciya naseleniya Respubliki Buryatiya.* Statisticheskij sbornik № 02-03-02. UU.: Buryatstat. 2013. S. 21–23.
25. *Basaeva K.D.* Preobrazovaniya v semejno-brachnyh otnosheniyah buryat. UU.: 1974. 114 s.
26. *Osinskij I.I. Gylykova `E.V.* Buryatskaya gorodskaya sem'ya na rubezhe HH-HHI vekov. Sociologicheskij analiz. UU.: Izd. BGU. 2003. 350 s.
27. *The myth of generational conflict: the family and state in ageing societies / edited by Sara Arber and Claudine Attias-Donfut.* London, Ney-York: Routledge, 2000. 232 c.
28. *Semenova V.V.* Social'naya dinamika pokolenij: problema i real'nost'. M.: Rossijskaya politicheskaya `enciklopediya (ROSSP`EN). 2009. 271 c.

29. *Cheal D.* Intergenerational Family Transfers // *Journal of Marriage and the Family.* 1983. № 45(4). P. 805–813.
30. *Gladnikova E.V.* Obzor podhodov k issledovaniyu chastnyh mezhpokolennyh transfertov // `elektronnyj zhurnal «`Ekonomiceskaya sociologiya». 2009. T. 10. № 5. С. 93–110.
31. *Barsukova S.Yu.* Setevaya vzaimopomosch' rossijskih domohozyajstv: teoriya i praktika `ekonomicheskogo dara // *Mir Rossii.* 2003. № 2. С. 81–122.
32. «*Velikaya transformaciya*» Karla Polan'i: proshloe, budushee, nastoyashee. M.: GU-VSh`E. 2006. 321 с.
33. *Gladnikova E.V.* Mezhpokolennye transferty: napravlenie, uchastniki i faktory, ih opredelyayuschie // *Social'naya politika: `ekspertiza, rekomendacii, obzory (SPERO).* 2007, № 7 (osen'-zima). С. 125–148. – URL: <http://spero.socpol.ru/docs/N7_2007-125-148.pdf>
34. *Lylova O.V.* Neformal'naya vzaimopomosch' v sel'skom soobshchestve // *SOCIS.* 2002. № 2. С. 83–86.
35. *Fadeeva O.P.* Mezhsemejnaya set': mehanizmy vzaimopodderzhki v rossijskom sele / Neformal'naya `ekonomika: Rossiya i mir // red. T. Shanin. M.: Logos. 1999. S. 183–218.
36. *Panarin S.A.* `Etnopoliticheskaya situaciya v Respublike Buryatiya // *Bajkal'skaya Sibir': iz chego skladyvaetsya stabil'nost' /* pod red. V.I. Dyatlova, S.A. Panarina, M.Ya. Rozhanskogo. Moskva, Irk.: Izd. Natalis, 2005. S. 23–94.
37. *Lefevr S.* Social'naya rol' predpriyatij v Rossii: sluchaj paternalizma? // *Mir Rossii.* 2003. № 3. S. 149–170.
38. *Tolstokorova A.V.* Lyubov' po telefonu: rol' mobil'noj telefonii v transnacional'nom materinstve ukrainskih migrantok // *Zhurnal sociologii i social'noj antropologii.* 2013. № 16(41). S. 42–159.

УДК 316.773.2

К.В. Григоричев

**«НИ К СЕЛУ, НИ К ГОРОДУ»:
СИМВОЛИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО ПРИГОРОДОВ ИРКУТСКА**

На примере Иркутской агломерации дается анализ процесса символического присвоения пригородного пространства переселенцами из города. Описывается символика частного и делового пространства новых пригородов. Делается вывод о том, что характер символического пространства пригорода позволяет констатировать обособление пригородного сообщества, тесно связанного и с городским, и с сельским миром, но существующего вполне самостоятельно.

Ключевые слова: символическое присвоение, социальное пространство, пригород, Иркутск.

Одним их качественно новых явлений развития столицы Приангарья в 2000-е гг. стало бурное развитие пригородов на основе субурбанизационной миграции. Появление и динамичное развитие нового для региона явления субурбанизации затронуло практически все основные поля социального пространства пригорода Иркутска. [4, 6] Количественные и структурные изменения населения пригородных территорий повлекли за собой формирование и широкое распространение новых практик в большинстве сфер повседневности: от экономической до культурной. Специфика таких взаимодействий, воплощенная в широкой палитре практик, сформировала *de-facto* новое пространство – содержание социальной жизни определило форму ее организации. Такое пространство прочно вошло в повседневную деятельность и города, и сельского мира: неинституализированный «сверху» (властными институтами) пригород все более институализируется «снизу» через рутинизацию практик взаимодействия с ним.

Включение пригорода как нового явления в региональный дискурс протекает в конфликте двух взглядов на него: внешнем по отношению к явлению (региональные СМИ и властная риторика) и внутреннем (коллективный текст региональных интернет-форумов, отчасти – локальных муниципальных газет). В первом случае формирование пригорода (и как явления, и как процесса) исключается из медийного и властного пространства: в языке СМИ и власти пригорода фактически нет. [8] Вместе с тем в виртуальной среде Интернета процесс консолидации группы новых жителей пригорода («пригорожан») хорошо заметен [7]. Данная оппозиция предопределяет задачу исследования механизмов проекции сообщества в реальность, фиксации физического пространства как своего. Иными словами, анализ символизации пригорода как нового (внегородского и внесельского) пространства позволит приблизиться к решению «вечной» проблемы социолога и антрополога: является ли описываемое явление подлинно наблюдаемым или лишь исследовательским конструктом.

Ключевым процессом в таком анализе выступает формирование собственного символического пространства, которое не только маркирует ту или иную часть природного или антропогенного ландшафта, но и символизирует значимость позиции группы как актора в том или ином поле социального пространства. Поскольку освоение пригорода экс-горожанами сочетает два процесса (присвоение «дикого» пространства через трансформацию природного ландшафта в антропогенный и борьба за пространство с «коренным» населением) [5], новая группа априорно выступает здесь в качестве коллективного «чужака», инородного для исходного физического и социального пространства. Критерием «чуждости» здесь выступает принадлежность/отнесение себя к иному сообществу, в которое входят (как результат и как процесс) не только горожане, но и выходцы из села, получившие тот или иной городской background. Важно, что закрепление в пригороде предполагает не вхождение в иное социальное пространство в качестве «чужака» – представителя не только иной территории, но и иного социума, но конструирование собственного социального пространства, противопоставляемого исходному.

Возникновение и проекция последнего на пространство физическое происходит через процесс символизации: формирование системы новых символов строится на возникновении новых физических объектов (дома и иные постройки, дороги, линии электропередач и т.п.) и наделении новыми смыслами существующих объектов. При этом если «описание пространства идет в четко заданных коннотативных рядах символической реальности того, кто сообщает нам информацию о пространстве» [3, С. 60], то верно и обратное. Специфика способов взаимодействий с реальностью того, кто описывает пространство, его габитус в терминах П. Бурдьё [1. С. 143–144], в значительной мере определяет набор символов и вкладываемых в них смыслов, используемых для фиксации и описания пространства. Таким образом, появление в пригороде новых объектов, не характерных для сельского пространства, можно рассматривать не только как визуальные маркеры проникновения горожан, но и как новую символическую систему присвоения пространства, описания его как «своего».

Выявление и описание символического пространства, формируемого новой для пригорода группой переселенцев из города, может быть построено через анализ специфических маркеров, фиксирующих несельские способы взаимодействия сообщества с физическим пространством и иными сообществами, а также внутрigrупповых интеракций. Наличие разветвленной системы подобных маркеров, значимых для основных полей социального пространства и охватывающих важнейшие сферы повседневности (жилая среда, деловая и культурная сфера, культовые объекты и действия), позволяет судить не только о масштабах освоения пространства, но и степени его присвоения экс-горожанами. Критерием для анализа последнего здесь может выступить набор функций, которые выполняются сформированным символическим пространством: от способа освоения до фильтрации «чужаков» и самовоспроизводства через изобретение и укоренение традиций [3. С. 70–72].

«Чертеж» своего пространства: символика жилой среды пригорода

Символьная фиксация своего пространства как территории происходит не только через символизацию физических объектов, но и через картирование своего пространства. Картографирование, являющееся, по мнению Л. Глазычева, «начальной формой капитализации территории и мощным инструментом освоения и присвоения абстрактного пространства» [2], становится естественным инструментом присвоения пригорода горожанами. Если в традиционной сельской среде описание пространства чаще строится на отсылках к ментальной карте территории (в интервью это вербализуется как «вы видели», «где вы были»), то в интервью с новыми жителями пригорода и особенно часто в общении на интернет-форумах описание пространства происходит напрямую через использование карт. В этом процессе используются два основных варианта: геоинформационная система «2 ГИС», представляющая схематичное изображение жилого пространства, почти без привязки к природным объектам, и спутниковые карты с общедоступного сервиса GoogleMaps. Гибкость обоих компьютерных инструментов, допускающая возможность сохранения изображений в различных форматах и их редактирования (дополнение/дорисовка/экспликация), обеспечивает эффективный инструмент атрибутирования физического пространства и наделения его новыми смыслами.

В первом случае («2 ГИС») включение той или иной территории в схему символизирует процесс и результат ее освоения, переформатирования из природного пространства в антропогенное. Поскольку субъектом такой трансформации является определенная группа (экс-горожане), то символ трансформации (схема) одновременно становится маркером принадлежности этого пространства. Аналогично появление новых объектов на схеме в пределах ранее обжитой территории (прежде всего, жилых домов и зданий коммерческого назначения) выступает символом присвоения пространства поселения, ранее принадлежавшего «коренному» населению.

Отсутствие на схеме геоинформационной системы природных объектов приводит к тому, что созданная схема становится почти абстрактным символом, своего рода «чертежом» социального пространства. Связь этого символа с реальным пространством реализуется либо через мысленную проекцию «на местность», либо с помощью спутниковых снимков, доступных через сервис GoogleMaps. Последний, предоставляя пользователям снимки земной поверхности в разрешении, достаточном для идентификации малоэтажных строений, позволяет связать «чертеж» социального пространства (чистый символ) с реальным природным ландшафтом. Сочетание двух картографических инструментов, на мой взгляд, обеспечивает двунаправленный, но единый процесс формирования ментального пространства через символизацию пространства природного, а затем через проекцию образа на реальный ландшафт – определение его как «своего».

Появление практик определения «своего» пространства через картографирование имеет и еще один важный аспект. Создание собственных карт (независимо от степени их достоверности и детализации) разрушает монопольную символическую власть местных администраций над пространством.

Официальные картографические материалы (генеральные планы поселений, кадастровые схемы и т.д.), являясь основанием для ограничений, символизируют власть «администрации» над пространством поселения. Использование альтернативных (пусть и непризнанных официально) карт «своего» пространства в этом случае выступает как символ оспаривания монопольного права «власти» (сельской администрации, администрации района, кадастровой службы и т.д.) на монопольное присвоение описываемого картой пространства. В свою очередь, это может быть интерпретировано и как притязание социальной группы (экс-горожане) на роль самостоятельного актора во властном поле социального пространства пригорода.

Трансформация сельскохозяйственного ландшафта в жилой сама по себе достаточно символична: разрастание жилищной застройки на месте колхозных/фермерских полей становится зримым и осязаемым символом освоения горожанами сельского пространства. Ежегодное продвижение уличной разметки, задающей контуры будущего пространства (улицы, переулки, границы усадеб) по полям, обрабатывавшимся еще несколько лет назад, становится значимым символом как для новых групп жителей пригорода («мы растем, мы развиваемся»), так и для коренного населения пригородных поселений («лучшие земли уходят под застройку коттеджами, под обработку остаются только неудобья»). Одни и те же изменения ландшафта выступают для первых символом присвоения пространства, для вторых – его утраты.

Эти изменения дополняются визуальными образами новых для сельского населенного пункта пространственно-архитектурных решений в организации усадебного пространства и проектах жилых зданий. Невысокая роль подсобного хозяйства в семейных бюджетах новых жителей пригорода, его, скорее, не производственная, а рекреационная функция, определяет если не полное исчезновение, то редуцирование до минимума хозяйственных построек. На территории усадеб «экс-горожан» крайне затруднительно встретить традиционные и вполне органичные для сельского поселения постройки: сараи для скота (стая, хлев), сеновалы и т.п. Небольшим исключением являются летние птичники (круглогодичного содержания птицы практически не встречается) и вольеры для собак (в тех усадьбах, хозяева которых занимаются породным разведением).

Вместе с тем большинство новых поселенцев пригорода строят либо предусматривают строительство в перспективе бани, летних беседок, детских песочниц. Если последние два объекта очевидно не свойственны сельской усадьбе, то в отношении бани возникает обманчивое впечатление заимствования этого элемента из традиционной застройки усадьбы. В новых усадьбах баня становится второй по значимости доминантой пространственного решения, что определяется ее назначением: баня на таких усадьбах играет не только сугубо функциональную роль, но и становится одним из мест и форм семейного и дружеского досуга. Это определяет заметно большие, чем в традиционной усадьбе, размеры постройки, изменения ее планировки (большая площадь предбанника как места отдыха и общения, а не гигиенических процедур), высокое качество отделки.

Важное место в планировочном решении усадеб занимают гаражи. Поскольку постоянная связь с городом (чаще всего – собственным автотранс-

портом) является важнейшим инструментом существования транслокального сообщества как подвижного пространства, гараж становится не только элементом организации пространства повседневности, но необходимым инструментом жизни в таком сообществе и одновременно атрибутом принадлежности к нему. Одно из главных отличий, как мне представляется, заключено не в самом наличии гаража, а в его положении на усадьбе. Если в сельской усадьбе такая постройка обычно смещена вглубь территории, то в «городских» усадьбах она располагается в непосредственной близости от въезда в усадьбу и зачастую примыкает к дому. На мой взгляд, такое расположение определяется не привычной экономией пространства, но функциональностью размещения постройки, необходимостью ее максимального удобства при повседневном использовании. Одновременно такое размещение гаражей дает контекстуальную отсылку к сюжетам «одноэтажной Америки», широко известному среднему и молодому поколениям по кинематографическим образам «американского среднего класса».

Дополнением подобного образа служит идея создания на территории усадьбы газона, который планируют разбить возле дома большинство новых жителей пригорода. К настоящему моменту полностью обустроенных газонов возле дома пока не много, что объясняется незавершенностью строительства, обустройства усадьбы и длительностью формирования подобного объекта. Однако сам факт наличия в планировке усадьбы газона, полностью и подчеркнуто не производственного пространства с четко определенной рекреационной функцией, имеет важный символический смысл. Наличие подобного объекта четко дистанцирует усадьбы новых жителей пригорода, их повседневное неделовое пространство от традиционного пространства «коренного» сельского населения. Одновременно газон выступает и своеобразным статусным символом: через отнесение к упомянутому выше кинематографическому образу «среднего класса» задается представление о владельце дома как о человеке «прочно стоящем на ногах».

Одним из наиболее заметных маркеров нового («несельского») типа усадьбы становится минимизация значения огорода. Это заметно, прежде всего, через уменьшение обрабатываемой площади и использование нетрадиционных агротехнологий. Назначением огорода становится не самообеспечение семьи продуктами, а реализация потребности в активном отдыхе. Хотя зачастую обработка земли мотивируется как желание «обеспечить себя экологически чистыми продуктами», очевидно, что масштабы хозяйства не могут решить эту задачу даже частично. Скорее, это становится символом внегородского характера усадебного пространства, маркером его отличия от «коробки» городского двора. Примечательно, что нередко значительная часть участков новых жителей пригорода, не занятая под строительство, определяется как свободное, чисто рекреационное пространство: «чтобы дети побесились», «на травке поваляться». В ряде случаев часть собственной усадьбы оставляется как общественное пространство: небольшое поле, где «пацаны в футбол играют. Они всегда там играли, я решил пусть играют». Подобное смешение функций пространства двора, исключительно «своего», оберегаемого от «чужака» («ты не из нашего двора») и одновременно – группобразующего механизма («ребята с нашего двора»), характерно для города

и ярко символизирует трансформацию сельского пространства, где двор (усадыба), как и собственно жилище, остаются пространством частным.

Наконец, на части застраиваемых приезжими горожанами усадеб появляется строение, новое не только для традиционного села, но и для субурбанизированного пространства – небольшой домик для «работников». Их появление тесно связано с практиками использования трансграничных мигрантов, а иногда и местных жителей для присмотра за хозяйством. Несмотря на пока ограниченное распространение такого элемента пространства усадыбы, его наличие, как мне представляется, является важным визуальным маркером выделения «несельского» пространства из жилой среды поселений.

Основной доминантой усадебного пространства остается жилой дом, архитектурное решение которого также визуальнo вычленяет районы проживания приезжих из города из «старого села». В отличие от традиционной сельской архитектуры, дома перебравшихся в пригород горожан отходят от чистого функционализма. Это и появление «архитектурных излишеств» (эркероv, балконов, больших остекленных поверхностей), и широкое распространение в планировке домов круглогодичного жилого мансардного этажа (в противовес хозяйственному «чердаку» в традиционной планировке), и обязательное благоустройство (автономное холодное и горячее водоснабжение и канализация). Примечательно, что в большинстве случаев окончательный переезд в пригородное жилье происходит только после запуска автономной канализации и ликвидации «дощатого строения» на территории усадыбы. Исчезновение этого неперемнного атрибута сельской усадыбы, на мой взгляд, становится одним из наиболее наглядных, хотя, возможно, и не самых значимых символов присвоения пространства новой для пригорода социальной группой.

Визуальными маркерами исключения части пригородных поселений из сельского пространства, его обособления как самостоятельного, являются новые, не распространенные в сельском строительстве материалы. Крыши, покрытые металлочерепицей, срубы из оцилиндрованного бревна, отделка стен пластиковым и металлическим сайдингом, стеклопакеты (как пластиковые, так и более дорогие деревянные), подъемные и рулонные ворота гаражей – все это отчетливо отличает застройку горожан от сельских, даже новых строений.

Вместе с тем описываемая жилая среда не сливается и со стилистикой «новорусских коттеджей», описанных многими исследователями [9; 10, С. 35; 13, Р. 185–200]. Немногочисленные подражания «краснокирпичным замкам за глухим забором» практически растворяются в основном массиве застройки. Дома и усадыбы новых жителей пригорода, сочетая потребность в функциональности и комфорте, выступают символами освоения пространства, а не исключения из него. И хотя говорить о складывании какого-либо специфического архитектурного стиля субурбанизированного пригорода пока не приходится, тем не менее его визуальные отличия символично обособляют его и от анклавов коттеджных поселков девяностых.

Таким образом, организация пространства усадыбы становится отражением иного, отличного от сельского функционала жилых и хозяйственных построек. Являясь следствием специфического способа жизнедеятельности и «го-

родских» притязаний транслокального сообщества, они вместе с тем приобретают собственное значение и функцию: через иное распределение пространственных доминант и внешнего облика атрибутируется принадлежность жилой среды внесельскому пространству. В сочетании со спецификой архитектурных решений жилых домов и нетипичных строительных материалов эти отличия символизируют присвоение и обособление этого пространства новой для пригорода группой. Вместе с тем отсутствие значимой барьерной символики (шлагбаумов, специального маркирования границы со старым селом) указывает на одно из главных отличий описываемой застройки от коттеджных поселков 1990-х, атрибутируя его как пространство взаимодействия, а не исключения.

«Село городского типа»: новая символика делового пространства пригорода

Быстрое развитие жилого пространства в пригороде обуславливает трансформацию и деловой жизни, прежде всего, в части обеспечения потребностей жителей. Такая трансформация протекает, как минимум, в двух плоскостях: расширение сети объектов торговли и сферы услуг и качественное изменение этих объектов в соответствии с притязаниями потребителей. Последний процесс маркирует не экстенсивное расширение деловой сети (как физических объектов), но изменение социального пространства, в котором начинает доминировать новая группа или группы. Наличие подобных маркеров позволит судить не только об ареале проживания, но и характере и степени символического освоения пространства такими новыми группами.

Магазин, не только как место приобретения не производимых в личном хозяйстве продуктов и иных товаров, но и как один из узлов коммуникационного пространства советского села, являлся одним из неперенных атрибутов пригородных поселений до начала массовой миграции горожан. Сложившийся тип этого социально-коммерческого объекта описывался емким определением «сельпо» (или для чуть более уважаемых заведений – «райпо»), независимо от его реальной организационной и правовой формы. Непременными атрибутами подобной торговой точки становилось небольшое, часто плохо отремонтированное здание с неприметной вывеской, отсутствие обустроенной прилегающей территории. Важным атрибутирующим элементом являлось отсутствие какой-либо рекламы (даже в виде указателей), подразумевающее априорное отнесение такого объекта к категории элементов «своего» пространства. Последнее предполагало если не ограничение, то, по крайней мере, незаинтересованность в появлении здесь «чужих», не являющихся членами сельского сообщества.

Примеры подобных «сельпо» (иногда под этим оригинальным названием) сохраняются в пригородных поселениях по настоящее время, символизируя не столько территориальную границу «традиционного» сельского пространства (такая граница весьма условна), сколько остатки его узлов. Одновременно они служат и маркерами своеобразного хронологического пласта, зафиксировавшего организацию позднесоветской сельской жизни. Вкраплениями

«стихийной» коммерциализации жизни в 1990-е в пригородных поселениях встречаются «коммерческие палатки» («ларьки», «комки», «вагончики» в обиходной речи). Прimitивная визуальная реклама подобных торговых точек, хотя и наличествует, в отличие от «сельпо», тем не менее ориентирована на «своих» (членов сообщества) и, скорее, маркирует специфичное назначение пространства, чем служит для привлечения новых клиентов.

Массовый приток нового населения в пригород, имеющего заметно более высокие запросы и одновременно формирующего заметно больший платежеспособный спрос, привел к появлению качественно нового типа торговых заведений. Хронологически первыми стали изменения в их внешнем виде: сохранив основные черты сельской организации торговли (относительно небольшая торговая площадь, отсутствие четкой специализации, обслуживание через прилавок и т.п.), магазины получают яркий экстерьер с обилием заметной рекламы. Эти изменения, на мой взгляд, стали первыми символами открытости, обращения к потенциальным покупателям, не вписанным в сообщество, а потому не обладающим групповым знанием об узлах социального пространства пригорода. Расположение подобных магазинов не на оживленных магистралях (федеральные и региональные трассы, проходящие через крупные пригородные поселения) позволяет достаточно уверенно предполагать, что очевидной «целевой» аудиторией подобных изменений становится не случайный транзитный покупатель, а прибывающие на постоянное жительство. Такая ориентация «новой торговли», на мой взгляд, позволяет определить подобные заведения как важные символы освоения (пусть и опосредованного) пригородного пространства новой социальной группой.

Третьим типом торговых заведений в пригородных поселениях стали «точки» городских торговых сетей: «Янта», «Слата» и других. Появление подобных магазинов во вне-городском пространстве хорошо маркирует продвижение городского мира в село и может быть интерпретировано как символ городской экспансии. Однако при пристальном рассмотрении оказывается, что и ассортимент, и организация торговых залов, и масштабы делают подобные предприятия «не совсем городскими», хотя и качественно отличающимися от описанных выше магазинов. Иными словами, эти заведения, как и в городе, занимают промежуточное положение между наиболее крупными супермаркетами и мелкими магазинами «шаговой доступности», воспроизводя с учетом локальной специфики привычную горожанину структуру пространства.

Еще одним типом торговых заведений, пожалуй, наиболее заметно маркирующих качественные изменения пригорода, стали магазины самообслуживания, в ряде случаев сопоставимые и по размерам, и по организации пространства с городскими супермаркетами. В отличие от рассмотренных выше типов торговых точек подобные супермаркеты становятся выраженной доминантой жилищно-деловой среды пригородного поселения. Заметная внешняя реклама некустарного производства, значительное организованное прилегающее пространство и, прежде всего, обустроенная парковка, удобное расположение и наличие подъездных путей – все это резко выделяет такие торговые заведения из сельского пространства. Ориентация на самые разные целевые группы покупателей (в том числе на транзитный рекреационный по-

ток выходного дня) символизирует не только исключенность из сельского пространства, но тесную связь с городским миром.

Вместе с тем следует подчеркнуть, что исключение подобных магазинов из сельского пространства не предполагает жесткой барьерности. Достаточно высокие цены на продукты для «городского» покупателя компенсируются широтой ассортимента: на прилавках рядом с товарами из разряда «деликатесов» (дорогие мясные изделия, вина, специфические приправы и т.п.) обнаруживаются дешевые крупы в большой упаковке, недорогая местная молочная продукция. В отдельной части торгового зала располагаются предметы сельского обихода и мелкий сельскохозяйственный инвентарь, недорогие корма для животных.

Наконец, в отдельной зоне супермаркета сконцентрированы товары для пикников и отдыха на природе. Данная торговая секция, как и аналогичные в городских супермаркетах, расположенных на выездах из города, ориентирована на поток «выходного дня» – жителей города, выезжающих в течение уикенда для непродолжительного отдыха. Ориентация товаров именно на эту группу вполне очевидна: это и назначение товаров, не применимых ни в домашнем хозяйстве, ни для серьезных занятий туризмом, и невысокое качество и надежность изделий, рассчитанных не более чем на несколько выездов, и простота использования, не требующая каких-либо профессиональных навыков. Весь ассортимент имеет отчетливую «сезонную» специфику и ориентирован практически полностью на теплое время года.

Иными словами, последний из описанных типов торговых заведений пригорода ориентирован в равной мере и на новых, и «коренных» жителей пригорода, как и на транзитный поток. Каждая из этих покупательских групп, при всей их разности, одновременно являются целевыми аудиториями такого магазина, извлекающего максимальную выгоду из своего пограничного положения. Символизируя качественные изменения пригородов, подобные супермаркеты не только символизируют присвоение пространства новой группой, но и атрибутируют это пространство как транслокальное. Выступая в роли ключевых узлов (в терминах П. Бурдые [12. С. 34]) социального пространства, новые типы торговых заведений символизируют уже не столько контактность пограничной зоны села и города, сколько существование нового пространства и сообщества на основе эксплуатации пограничности как ресурса.

Наряду с торговыми заведениями в пригородных поселениях все шире появляются коммерческие предприятия сферы услуг. Маркером прихода городских притязаний и символом закрепления пространства за новой группой становятся привычные городу, но инородные для села предприятия: автосервисы, оказывающие не только срочные шиномонтажные работы, но и широкий комплекс ремонтных работ, салоны красоты, выросшие из сельских парикмахерских, автомойки. Последние имеют особенно широкую палитру символических значений: это и городской характер деятельности, и график работы (круглосуточно), и предварительная запись, и даже наличие очереди. Располагаясь в стороне от основного транзитного потока (около 1,5 км от федеральной трассы), автомойки очевидно ориентированы на обслуживание населения поселка и отчетливо маркируют пространство как вне-сельское.

Важно и другое: направление деятельности (обслуживание личных автомобилей) символизирует превращение пространства территории (сельского) в пространство подвижности, в котором автомобилизация выступает и как механизм его формирования и как способ жизнедеятельности.

Неизменным спутником торговли в ее современном виде является реклама, не только выполняющая собственно деловые функции, но выступающая сложным символом освоения пространства. Появление рекламы в пригородных поселениях (как в формате ярких вывесок небольших магазинов, так и в формате постеров и баннеров) знаменовало собой появление здесь новых больших групп потребителей, с одной стороны, и новой деловой среды – с другой. Качественным изменением отношений этих двух сторон делового процесса (торговли, услуг или производства) стали открытость и гибкость. Со стороны «продавца» это означает, как я показывал выше, ориентацию не только на «своих», но и на все возможные группы покупателей. Для «покупателя/потребителя» – это, прежде всего, возможность выбора контрагентов, отсутствие консервативных длительных отношений с одним поставщиком/продавцом, выстроенных не столько на деловых, сколько на личностных отношениях.

В традиционном сельском сообществе реклама как способ коммуникации сводилась к рукописным объявлениям на стене «сельпо» или здания почты и выполняла функцию не столько поиска клиента, сколько информирования сообщества. Ориентация на «своих» задавалась уже самим расположением подобной рекламы (в узловых точках социального пространства сообщества, ориентированных почти исключительно на его членов) и работала, скорее, на поддержание замкнутости повседневной жизни локального социума. Появление рекламы, главной функцией которой является привлечение клиентов независимо от их групповой принадлежности, знаменовало собой появление в пригороде новых значимых групп, не вписанных в сельское сообщество, но претендующих на значимую роль в системе отношений. Фактически это означало качественное изменение конфигурации социального пространства пригорода или, по крайней мере, его делового поля, появление в нем новых акторов и радикально новой системы отношений между ними.

Основной контент наружной рекламы связан с бурным развитием в пригородных поселениях жилищного строительства. Преобладающая часть рекламных объектов – это предложение строительных материалов, услуг транспортных и монтажных работ. Насыщенность рекламных материалов, ассортимент предлагаемых товаров и услуг четко маркируют пространство пригородных поселений как вне-сельское. В этом смысле едва ли не самым заметным маркером является массовое предложение услуг по бурению скважин «на воду» в жилых домах (с возможностью выполнения таких работ в уже построенном здании) и созданию и обслуживанию автономной канализации. Последняя не только обозначает качество жизни, на которое претендуют новые жители пригорода, но и четко атрибутирует если не городское, то «не-сельское» жилище [10. С. 20–21]. Примечательно, что по мере удаления от города насыщенность поселений подобной рекламой падает, визуальнo очерчивая внешнюю границу пригородной зоны.

Помимо строительных товаров и работ, наружная реклама в пригородных поселениях содержит предложения охранных услуг («дачи, коттеджи, магазины»), гарантируя оперативное прибытие группы быстрого реагирования. Примечательно, что в таких объявлениях нередко указываются населенные пункты пригорода, где базируются такие оперативные группы. В содержании рекламы, таким образом, обозначается территория, маркированная «городской» символикой, контекстуально определяемая как вне-сельское пространство.

Вместе с наружной рекламой в пригородных поселениях появляются и иные виды рекламных материалов, не типичных для сельской среды. Прежде всего, это газеты коммерческих объявлений. Появление таких изданий (например, газета «Компас», издающаяся в селе Хомутово), рентабельных при еженедельном тираже 3000 экземпляров и полностью ориентированных на локальный рынок, символизирует не только приход коммерческих медиа, но и смену или, по крайней мере, диверсификацию функций локальных СМИ. Подобная коммерческая газета – это не только и не столько информационно-развлекательный бизнес, сколько модель бизнес-посредничества, характерная для мобильного, предпринимчивого, но атомизированного городского общества.

Содержание газетных рекламных материалов чрезвычайно разнообразно, но в целом характеризует обслуживаемый рынок если не как городской, то, по крайней мере, не типично сельский. Среди рекламируемых услуг большое место занимают предложения педагогических (дополнительные занятия с детьми дошкольного возраста, репетиторство, услуги центров раннего развития, детских мини-садов и т.д.), бытовых («модельный» пошив штор, услуги декоратора и флориста, дрессировка собак) и иных услуг, привычных для городского жителя, но инородных для сельского мира.

Однако самым ярким символом обособления пригородного пространства становятся баннеры и постеры с предложениями продажи участков в проектируемых новых частях («поселках») пригородных населенных пунктов. Типологически относящиеся к наружной рекламе, они тем не менее имеют существенные отличия. Прежде всего, это расположение вне зон основной деловой активности: баннеры с подобной рекламой можно встретить на окраинах поселений возле периферийных дорог в буквальном смысле в «чистом поле». Расположенные таким образом, эти рекламные материалы не только маркируют процесс обособления вне-сельского пространства пригорода, но и символизируют собой движение фронта городского освоения сельского мира.

Рекламные конструкции с предложением земельных участков в пригороде стали заметным элементом по всем основным автодорогам, выходящим из областного центра. Довольно большое количество подобной рекламы присутствует на межгородских территориях (между Иркутском и Ангарском, Иркутском и Шелеховым). Привычным элементом стала подобная реклама и на городских улицах (особенно в городском центре), концентрируясь в районах основных выездов за городскую черту. Появившись в городе, эти рекламные материалы стали визуальным маркером продления пространства пригорода поверх административной границы, символизируя его транслокальный характер.

Таким образом, пригородные поселения, осваиваемые новой группой (переселенцы из города), активно символизируются, наполняясь новыми физическими объектами, выступающими символами «вне-сельского» развития. В короткий срок широкий спектр новых символов сформировался в жилой, деловой и культурной сфере, отразив значительно изменившуюся конфигурацию социального пространства, появление в нем новых узлов и новое соотношение акторов. Отсутствие значимых маркеров символического освоения пространства пригорода в культовой сфере связано, на мой взгляд, лишь с краткостью проживания новой группы. Специфика возрастной структуры и непродолжительность периода освоения обуславливают отсутствие ритуальных мест (прежде всего, участков кладбищ), которые выступают мощнейшим символом связи группы и места. Однако уже в недалекой перспективе возникновение подобной символической связи представляется неизбежным в силу объективных демографических процессов.

Символическое пространство новых пригородов Иркутска, на мой взгляд, постепенно уходит от первой фазы своего развития, когда набор символов только формировался вместе с набором новых объектов и их функций. Складывающаяся вокруг них совокупность смыслов и коннотаций, живущих в коллективном тексте и повседневном общении, теперь уже выступает как инструмент фильтрации «не членов» группы [3. С.71] и механизм закрепления символической власти переселенцев из города. Появление подобной функции символического пространства, как мне представляется, позволяет говорить о достаточной укорененности новой группы, что обеспечивает ее притязания на изменение конфигурации социального пространства пригорода. Новые жители пригородных поселений (экс-горожане) выходят из символического пространства прежнего (сельского) пригорода и формируют собственное, противопоставляя его исходному как «правильное». Механизм фильтрации, действующий на основе новой системы символов и смыслов, позволяет группе позиционировать себя как истинных, «правильных» жителей пригорода, вытесняя «коренное» население в категорию «чужаков». И в этом смысле характер символического пространства пригорода позволяет, на мой взгляд, констатировать обособление пригородного сообщества, его выделение в сельско-городском континууме как тесно связанного и с городским, и с сельским миром, но существующего вполне самостоятельно.

В известной мере появление пригорода как подобного обособленного, но не исключенного пространства само по себе становится символом нового для Сибири (и во многом и для России) способа взаимодействия Города и Села, складывания новых локальностей и сообществ поверх их привычных границ. Более того, динамичное вхождение нового пространства в повседневность регионального центра и его периферии становится символом вытеснения, пользуясь образом Дж. Скотта, «запланированной» карты пространства ее «реальным» антиподом [11, С. 552–553]. В более широком смысле пригород становится символом конфликта концепта жестко структурированного пространства и общества и идеи континуального, а, следовательно, более жизнеспособного характера развития региона и его сообществ.

Литература

1. Бурдые П. Социальное пространство и символическая власть // Thesis: теория и история экономических и социальных институтов и систем. 1993. № 2. С. 137–150.
2. Глазычев Л. Капитализация пространства // Сайт В.Л.Глазычева (Электронный ресурс). –URL: http://www.glazychev.ru/publications/articles/2004-01_capitaliz_prostr.htm (Режим доступа: свободный)
3. Говорухин Г.Э., Чернышев В.П. Символика освоенного пространства (социологическое исследование освоения Дальнего Востока) // Вестник ТОГУ. 2008. № 3(10). С. 57–74.
4. Григоричев К.В. Местные сообщества и местная власть в неинституализированном пространстве: случай пригородов Иркутска // Полития. 2013. № 1. С. 103–117.
5. Григоричев К.В. От слободы до субурбии: пригороды Иркутска в последней трети XX – начале XXI века // Известия Иркутского государственного университета. Серия «Политология. Религиоведение». 2012 № 2(9), ч. 2. С. 44–51.
6. Григоричев К.В. Трансформация экономического поля пригорода Иркутска // Идеи и идеалы. 2013. № 4(18). Т. 1. С. 51–61.
7. Григоричев К.В., Пинигина Ю.Н. Консолидация пригородных сообществ в пространстве коллективного текста интернет-форумов // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2013. № 12(83). С. 292–297.
8. Григоричев К.В., Пинигина Ю.Н. «Неназванное не существует»: пригород в дискурсе региональных СМИ // Известия Иркутского государственного университета. Серия «Политология. Религиоведение». 2013. № 2(11). Ч. 2. С. 282–300.
9. Нефедова Т.Г. Горожане и дачи // Отечественные записки. 2012. № 3(48). Электронный журнал. – URL: <http://www.strana-oz.ru/2012/3/gorozhane-i-dachi>. Режим доступа: свободный
10. Нефедова Т.Г. Десять актуальных вопросов о сельской России: Ответы географа. М.: ЛЕНАНД, 2013. 456 с.
11. Скотт Дж. Благими намерениями государства. Почему и как провалились проекты улучшения условий человеческой жизни. М.: Университетская книга, 2005. 568 с.
12. Шматко Н.А. Горизонты социоанализа / Социоанализ Пьера Бурдые. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской академии наук. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2001. С. 14–47.
13. Humphrey C. The Unmaking of Soviet Life: Everyday economies after socialism. – Cornell University Press. Itaca&London, 2002. 259 p.

Grigoriev Konstantin V. Irkutsk State University (Irkutsk, Russian Federation)
«NEITHER URBAN NOR RURAL»: SYMBOLIC SPACE SUBURBS IRKUTSK
Key words: symbolic appropriation, social space, suburb, Irkutsk

The article explores the process of symbolic appropriation of suburb by settlers from the regional center of Eastern Siberia - Irkutsk. Author is examining symbolization of suburbs as one of the mechanisms of its isolation as a translocal space arising on border of the towns and villages.

The author describes two basic practices of mapping appropriated space by new residents of suburban settlements. On the one hand - this is the inclusion of natural space in anthropogenic landscape through a geographic information system that creates a "drowning" of social space. On the other - it is the projection of the "drawing" in the physical space through the service GoogleMaps. The author concludes that the mapping "own" space becomes not only a tool for appropriating of suburb by new social group. Also, it is a mechanism destroying the monopoly of symbolic power of local governments over the space of the suburbs.

The article describes the development of suburban architecture and space organization homestead of new suburban settlers. According to the author, these transformations of architectural landscape and functions of the house and outbuildings have become a symbol of the non-rural nature of new suburban space. At the same time preserving some agricultural functions of homestead becomes a symbol of exclusion suburb from urban space. Thus, the symbolics of private space in suburbs marks them as out-urban and out-rural space.

Author considers a new character of trade and commercial advertising as the most striking symbol appropriation of suburb's business space. According to the author "urban" shops arising in the suburbs are becoming nodes of a new social space. Together with mass advertising, which is not characteristic of rural settlements, it becomes a symbol of exclusion suburb from traditional rural space. However, the orienta-

tion of advertising and trade not only for new residents but also for the indigenous rural population and transit traffic (including weekend outings) is the symbol of translocal nature of the new space. The author concludes that the character of examined symbolic space allows speaking about especial social space of suburbs. Such space closely linked with the urban and the rural societies both but existing quite independently.

References

1. *Burd'e P.* Social'noe prostranstvo i simvolicheskaya vlast' // Thesis: teoriya i istoriya `ekonomicheskikh i social'nyh institutov i sistem. 1993. № 2. S. 137–150.
2. *Glazychev L.* Kapitalizatsiya prostranstva // Sajt V.L.Glazycheva ('Elektronnyj resurs). – URL: http://www.glazychev.ru/publications/articles/2004-01_capitaliz_prostr.htm (Rezhim dostupa: svobodnyj)
3. *Govoruhin G.E., Chernyshev V.P.* Simvolika osvoennogo prostranstva (sociologicheskoe issledovanie osvoeniya Dal'nego Vostoka) // Vestnik TOGU. 2008. № 3(10). S. 57–74.
4. *Grigoriev K.V.* Mestnye soobshchestva i mestnaya vlast' v neinstitalizirovannom prostranstve: sluchaj prigorodov Irkutskaja // Politika. 2013. № 1. S. 103–117.
5. *Grigoriev K.V.* Ot slobody do suburbii: prigorody Irkutskaja v poslednej treti XX – nachale XXI veka // Izvestiya Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya «Politologiya. Religiovedenie». 2012. № 2(9), ch. 2. S. 44–51.
6. *Grigoriev K.V.* Transformatsiya `ekonomicheskogo polya prigoroda Irkutskaja // Idei i idealy. 2013. № 4(18), T. 1. S. 51–61.
7. *Grigoriev K.V., Pinigina Yu.N.* Konsolidatsiya prigorodnyh soobshchestv v prostranstve kollektivnogo teksta internet-forumov // Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo tehnikeskogo universiteta. 2013. № 12(83). S. 292–297.
8. *Grigoriev K.V., Pinigina Yu.N.* «Nenazvannoe ne suschestvuet»: prigorod v diskurse regional'nyh SMI // Izvestiya Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya «Politologiya. Religiovedenie». 2013. № 2(11), Ch. 2. S. 282–300.
9. *Nefedova T.G.* Gorozhane i dachi // Otechestvennye zapiski. 2012. № 3(48). `Elektronnyj zhurnal. – URL: <http://www.strana-oz.ru/2012/3/gorozhane-i-dachi>. Rezhim dostupa: svobodnyj
10. *Nefedova T.G.* Desyat' aktual'nyh voprosov o sel'skoj Rossii: Otveti geografa. M.: LENAND, 2013. 456 s.
11. *Skott Dz.* Blagimi namereniyami gosudarstva. Pochemu i kak provalilis' proekty uluchsheniya uslovij chelovecheskoj zhizni. M.: Universitetskaya kniga, 2005. 568 c.
12. *Shmatko N.A.* Gorizonty socioanaliza / Socioanaliz P'era Burd'e. Al'manah Rossijsko-francuzskogo centra sociologii i filosofii Instituta sociologii Rossijskoj akademii nauk. M.: Institut `eksperimental'noj sociologii; SPb.: Aletejya, 2001. S. 14–47.
13. *Humphrey C.* The Unmaking of Soviet Life: Everyday economies after socialism. – Cornell University Press. Itaca&London, 2002. 259 p.

УДК 316:334.56

В.И. Малый, В.В. Гусев

ВЛИЯНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО И ЭКОЛОГИЧЕСКОГО АКТОРОВ НА СОЦИАЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ СОВРЕМЕННОГО МОНОГОРОДА

Рассматривается влияние экологического актора в конкретном энергетическом моногороде – Балаково Саратовской области – на политическую составляющую общественных процессов. В настоящее время сложная социальная ситуация в моногородах усугубилась в результате действия ряда негативных явлений, таких как недофинансирование городского хозяйства, недостаточно эффективная политика в области занятости, вспышки экстремизма и ксенофобии. Определённые сложности для нормального функционирования моногородов создают проблемы окружающей среды, так как функционирование градообразующих предприятий часто связано с экологическими издержками. В городе Балаково тревожные ожидания людей формируются вокруг функционирующей атомной станции. Экологический актор, в свою очередь, прямо влияет на механизмы социального планирования и протестные настроения жителей, которые пытаются использовать в своей деятельности представители оппозиционных партий. В результате вместо потенциальных «точек роста» власть получает «очаги напряжённости», постоянную ротацию муниципальных органов власти. Президент и федеральные органы исполнительной власти в настоящее время прогнозируют возможные негативные последствия развития ситуации в моногородах и уделяют ей повышенное внимание.

Ключевые слова: моногород, занятость, экология, атомная станция, чрезвычайная ситуация, тревожные ожидания, политический актор, протестная активность.

За последние годы (2011–2013 гг.) ситуация в российских моногородах во многом не претерпела значительных изменений. Данное утверждение находит свое выражение в следующих явлениях: во-первых, принципиально в существовании моногородов ничего не изменилось, несмотря на обнародованные Правительством Российской Федерации планы по преодолению кризиса и разрешению бедственного положения моногородов и поселков монопрофильного типа. Финансовую помощь со стороны федерального центра получили лишь 50 из более чем 300 моногородов [1]. Во-вторых, социальное проектирование межличностных отношений в процессе управления моногородом также осталось без изменений. Ситуация с занятостью в моногородах находится в настоящее время на уровне докризисных 2007–2008 гг., что можно было бы назвать определённым прогрессом по сравнению с кризисными 2009–2010 гг., но регрессом по сравнению с дореформенным, советским периодом функционирования моногородов и градообразующих предприятий в них. О моногородах как о потенциальной проблеме общероссийского значения говорит на совещаниях с федеральными министрами президент Российской Федерации В.В. Путин: «Населённые пункты, где жизнь зависит от одного-двух предприятий, оказались под особым ударом в период недавнего кризиса. С учётом того, что ситуация в мировой экономике остаётся напряжённой и неопределённой, моногорода могут пострадать первыми» [2].

В-третьих, к бедственному положению жителей в моногородах (как и в целом в российской провинции) добавился негативный опыт развития межнациональных отношений, проявление различного рода вспышек национализма, экстремизма, ксенофобии, так как в условиях замкнутого локуса гораздо легче искать образ чужого, врага. Девиации в межнациональных отношениях, малейшие конфликты, межнациональные стычки в условиях тотальной безработицы, отсутствия социальных общественных благ и бесперспективности развития превращаются в событие как минимум регионального, а то и общефедерального масштаба. Названия провинциальных населённых пунктов Сагра, Кондопога, Удомля, Пугачёв из-за конфликтов на национальной почве становятся нарицательными. В-четвертых, трудовые ресурсы моногородов в значительной степени истощились, население по-прежнему ищет свое применение в благоприятных с точки зрения трудовой активности регионах, мегаполисах, крупных городах и т.д. По сути, происходит массовый исход населения из моногородов. В сентябре 2013 г. премьер-министр РФ Д.А. Медведев выразил обеспокоенность ситуацией в моногородах: «Очень часто не могут найти себе работу молодые люди, что, конечно, плохо, и особенно сложная ситуация в так называемых моногородах, где, к сожалению, нет возможности трудоустройства в другие места» [3]. В то же время, по словам Медведева, российский рынок труда постоянно испытывает серьёзный дефицит рабочих рук. В подобных условиях можно говорить о том, что российское правительство просто теряет драгоценное время, не возрождая градообразующие предприятия или не создавая условия для занятости населения, и надвигающийся очередной виток мирового финансового кризиса может значительно ухудшить ситуацию в монопрофильных поселениях.

Риски, которым подвергаются современные моногорода, в наиболее общем виде можно свести к следующим: а) технологические, связанные с функционированием градообразующего предприятия, б) социальные, связанные с самочувствием населения, его занятостью, платежеспособностью, досугом, переездом и т.д., в) экологические, связанные с функционированием градообразующего предприятия и ветшанием инфраструктуры предприятия и моногорода в целом. К «настоящим» экологическим рискам добавляется опыт прошлого загрязнения от градообразующих предприятий, так как в «лихие 90-е» годы средства предприятиями и государством на минимизацию экологического ущерба выделялись очень скудные, и сегодня многие моногорода стали заложниками ситуации, возникшей 15–20 лет назад. Особняком стоит здесь политический риск как стремление населения моногорода к выражению форм протестной активности и смене действующей власти как в муниципалитете (наиболее часто встречающаяся форма протеста), так и на вышестоящих уровнях – региональном или федеральном. Федеральный центр и здесь прогнозирует возможные негативные сценарии развития событий. Не случайно в сентябре 2012 г. Президент Российской Федерации В.В. Путин подписал Указ, предлагающий оценивать деятельность руководителей федеральных органов исполнительной власти и регионов по ряду критериев, в том числе по созданию современных рабочих мест и состоянию рынка труда в той или иной отрасли и регионе, и по результатам анализа текущей ситуации и мониторинга деятельности отправлять «провинившихся» руководителей в отставку [4].

Как показывает практика, очень часто политические риски взаимосвязаны с экологической составляющей в монопрофильном поселении, политический и экологический факторы совместно действуют на социальный механизм и территорию в целом, определённым образом структурируя общественную жизнь, преобразуя её в различные требования. Неблагоприятная экологическая обстановка, рост вследствие этого различного рода заболеваний, отсутствие финансовых и налоговых льгот, социальная неустроенность населения ведут к недовольству общества властью, различным формам протестной активности: пикетам, митингам, демонстрациям, требованиям об отставке действующих руководителей. Однако подобные явления наблюдаются лишь в позитивных, развивающихся моногородах, для которых характерна сравнительно высокая концентрация населения – от 100 тысяч жителей и выше. О таком позитивном моногороде – Балаково Саратовской области – и пойдет речь в данной статье. В депрессивных же поселениях, для которых характерен отток населения и низкая протестная активность, недовольство властью находит выражение в общей пассивности, молчаливой озлобленности и неприятии каких-либо властных инициатив, будь то участие в выборах или же призывы граждан на мероприятия по благоустройству городского поселения. Иногда такая пассивность выплёскивается на улицы городов в крайних формах, однако населению для этого нужен какой-то повод, который послужит катализатором социального протеста (например, события в Пугачёве Саратовской области летом 2013 г., когда из-за убийства местного жителя уроженцем Чечни почти на месяц взбунтовался весь город).

Балаково – город с 1911 г., административный центр Балаковского муниципального района. Население – 196,2 тыс. человек (данные 2013 г.). Город расположен на левом берегу реки Волги, в 161 км к северо-востоку от Саратова. К городу прилегает муниципальный район площадью 3,1 тыс. км², с засушливым климатом, неблагоприятным для сельскохозяйственного производства. Город Балаково не является моногородом в полном смысле этого слова. Здесь уместно вести речь скорее о полиотраслевом городе-конгломерате, среднем по размеру, в котором сильно развита обрабатывающая промышленность, именно производственный сектор, с ориентацией на выпуск конечной продукции, и Балаково может считаться моногородом по этому признаку. Город значительно пострадал в условиях финансово-экономического кризиса, многие крупные предприятия сократили персонал, на некоторых было уволено до 50% работников (например, ОАО «Балаково-резинотехника» – крупнейшее предприятие нефтехимии, поставщик многих комплектующих для «АвтоВАЗа», ООО «Балаковские минеральные удобрения»), и лишь федеральные программы содействия занятости населения, а также обеспечение государственного заказа на некоторые виды продукции позволили стабилизировать ситуацию. В 2009–2010 гг. по городу прокатилась волна протеста против проводимой федеральным правительством экономической и социальной политики, с тех пор Балаково на особом контроле у региональной власти, здесь областное правительство пытается предугадать и минимизировать протестные настроения.

По численности населения Балаково относится к крупным или большим (позитивным) моногородам. Город полноценно включен в экономическую

и социальную жизнь Саратовской области, так как он находится на пересечении основных автотранспортных и железнодорожных артерий. Уровень инновационной активности градообразующих энергетических предприятий является достаточно высоким, в определённом смысле передовым, о чем свидетельствует применение современных технологий в атомной промышленности, на ГЭС, в нефтехимическом и химическом производствах. С точки зрения инвестиционной привлекательности градообразующих субъектов энергетические предприятия требуют существенных инвестиций и при этом являются инвестиционно привлекательными для государства и крупнейших акционеров, что непосредственно влияет на доходы работников и жителей города. Уровень жизни в Балакове является относительно высоким, по сути, город по доходам населения находится (и всегда находился) на втором месте в области после Саратова.

Балаково также является вторым по индустриальному потенциалу после областного центра промышленным городом Саратовской области. Промышленный потенциал Балакова включает крупные предприятия более десяти отраслей, в том числе химической, нефтехимической отрасли, тепло-, гидро- и атомной энергетики, машиностроения, предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности. Индустрия города представлена следующими крупными предприятиями: Балаковская атомная электростанция (АЭС), Саратовская ГЭС, Балаковская ТЭЦ-4, ОАО «Балаковорезнотехника», ООО «Балаковские минеральные удобрения», ОАО «Волжский дизель им. Маминых» (бывший завод «Волгодизельмаш»), ОАО «Балаковский судоремонтный завод», ЗАО «Химформ», ОАО «Балаковский растворо-бетонный завод» (ОАО «БРБЗ»), производственная компания «ЕМК» (филиал ОАО «Мебельная компания «Шатура»), ряд крупных и средних предприятий пищевой промышленности [5]. В настоящее время в городе ведётся строительство крупного металлургического предприятия по переработке лома чёрных металлов – ЗАО «Северсталь – Сортовой завод Балаково», в ближайшие годы планируется организовать производство товарных железнодорожных вагонов для нужд ОАО «РЖД», то есть речь идёт о создании нового для области металлургического кластера.

Безусловно, важным элементом социального механизма и среды обитания является экологическое состояние моногорода (экологический актор). Изначально условия для проживания в г. Балаково являлись благоприятными, например, до революции 1917 г. город был во многом известен благодаря высоким урожаям и торговле зерновыми. Однако с развитием индустриального комплекса, появлением нефтехимических предприятий и электростанций (в настоящее время ко всему прочему добавляется ещё и металлургия) условия постепенно превращаются в неблагоприятные (дискомфортные), что обусловлено, прежде всего, неудовлетворительной экологией, повышенной заболеваемостью населения онкологией и сердечно-сосудистыми заболеваниями. Несколько лет назад в Балакове планировали построить крупный животноводческий комплекс по производству свинины, однако от проекта отказались, узнав про развитие металлургического кластера. Данные Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области свидетельствуют о том, что в Балакове из 100% выбрасы-

ваемых промышленными предприятиями вредных веществ в атмосферу улавливается лишь 23,7%, а утилизируется и того меньше – всего лишь 15,1% [6]. По словам жительницы Балакова А.М. Виноградовой, председателя городского отделения Всероссийского общества охраны природы, в выбросах предприятий и почве Балакова «присутствует вся таблица Менделеева, цинк, медь, свинец, мышьяк, кадмий, фтор в количествах, значительно превышающих предельно допустимую концентрацию» [5].

Заслуживает внимания также проблема влияния электромагнитного излучения от крупных промышленных и энергетических объектов на деятельность человека. В частности, в Саратовской области в 2007 г. превышали санитарно-гигиенические нормы по электромагнитному излучению 52 промышленных предприятия, в 2008 г. – 45 предприятий, с тех пор данная статистика закрыта [5]. В то же время проблема промышленного электромагнитного излучения от высоковольтных линий электропередач активно исследуется многими российскими и зарубежными учёными (исследования, сравнительно недавние, появились в 1950–1960 гг.), появился даже специальный научный термин – «Электромагнитный смог», негативное влияние которого на организм человека считается миной замедленного действия [7]. Уровень электромагнитного излучения в Балакове считается очень высоким, так как весь город с трёх сторон окружают высоковольтные ЛЭП (с четвертой стороны – река Волга). Вот что по этому поводу сказал в интервью житель г. Балакова, предприниматель, генеральный директор ООО «Нефтепромсервис» Ю.П. Севастьянов: «Атомная станция, гидростанция и тепловая электростанция добавляют к химическим предприятиям колоссальнейшее воздействие, город находится в середине колоссальных электромагнитных полей, а негативное влияние электромагнитных полей известно, о них негатив по всем каналам телевидения. ...Главное, как уберечь население города, и почему оно такое иммунно- не защищенное, и дети, и старики, ведь крайне отсутствует иммунитет у всех, это скажет Вам любой врач в нашем городе» [5].

Пример из интервью с Ю. П. Севастьяновым более чем объективен – в настоящее время существуют достаточно подробные отечественные и зарубежные исследования, доказывающие, что в случаях проживания вблизи высоковольтных ЛЭП и при их обслуживании оказывается колоссальное отрицательное влияние на сердечно-сосудистую, иммунную и половую системы человека. Воздействие электромагнитных промышленных волн часто приводит к лейкемии, новообразованиям и врождённым уродствам у детей, нарушениям в эндокринной, нервной и половой системе у взрослых [8].

Особую значимость среди всех предприятий города представляет Балаковская атомная станция, которая одна даёт более 80% электрогенерации в Саратовской области. Мощность АЭС такова, что она одна легко перекрывает все потребности области в электроэнергии (отчасти это связано с плачевным состоянием промышленных предприятий в регионе в целом, с тем, что электроэнергию некому потреблять), и большая часть выработки (до 70%) уходит за пределы региона. Справедливости ради заметим, что сама область ничего не получает от своей энергоизбыточности, всё перераспределяется через НОРЭМ – федеральный оптовый энергетический рынок. Атомная станция относится к категории сложных технических объектов особой

важности, в её 30-километровую зону входят части территорий пяти районов Саратовской области (Балаковского, Вольского, Хвалынского, Духовницкого, Пугачевского), в которых расположено 43 населенных пункта. В 100-километровой зоне АЭС расположены 6 пунктов радиационного мониторинга. Однако несмотря на очевидное благо, которое несёт в себе атомная станция – наличие большого количества электроэнергии, – жителей города, да и области в целом, беспокоит функциональное состояние объекта и его воздействие на окружающую среду, а также возможность предотвращения на станции различного рода нештатных, а то и чрезвычайных ситуаций.

Настороженное отношение к атомной энергетике во всём мире появилось после аварии в Японии на атомной станции «Фукусима-1», когда страна – явный мировой лидер по разработке и качеству применяемых ядерных технологий – не смогла сделать ничего кардинального в плане предотвращения и минимизации материального и экологического ущерба от аварии на АЭС. После японской аварии 2011 г. многие европейские страны (Франция, Германия, Великобритания) приостановили свои ядерные программы, вплоть до перехода на альтернативные источники электричества и полного отказа от атомной энергии. Так, Германия заявила, что откажется от атомной энергетики уже к 2020 г., несмотря на то, что понадобится не менее 7,5 млрд долларов на дезактивацию оборудования, демонтаж энергоблоков и утилизацию атомного топлива. Швейцария планирует отказаться от атомной энергии через 30 лет, к 2040 г., что может обойтись государству в суммы от 2 до 4 млрд долларов ежегодно на весь период перехода на альтернативные источники энергоснабжения [9]. Авария на АЭС «Фукусима-1» чувствительно ударила по планам строительства новых атомных электростанций государственной корпорацией «Росатом», представители которой были вынуждены доказывать уровень безопасности эксплуатируемых и строящихся российских ядерных блоков. Практически во все модули вновь строящихся объектов были внесены технологические усовершенствования, обеспечивающие высокую безопасность в ситуациях, подобных японской. Всего же в 2011–2012 гг. «Росатом» увеличил расходы на обеспечение безопасности новых и действующих энергоблоков на 15 млрд рублей [10].

Итак, для населения Балакова характерно настороженное отношение к функционированию атомной станции и экологической обстановке в районе АЭС, что после аварии в Японии выглядит вполне естественно. Этому способствует ряд реальных проблем, существующих на атомной станции. Во-первых, Балаковская АЭС расположена на пологом берегу Саратовского водохранилища, а выше по течению находится самое крупное на Волге Куйбышевское водохранилище, которое также называют Жигулёвским морем. Длина водохранилища более 500 км, наибольшая ширина – 35 км, площадь водного зеркала – 6,5 тыс. км². Водоохранилище образовано возведённой в 1950-х гг. плотиной Жигулёвской ГЭС, состоящей из земляной намывной дамбы длиной 2800 м, шириной 750 и высотой 52 м и бетонной плотины длиной 980 м [11].

В случае аварии на плотине Балаковской АЭС может создаться ситуация, близкая японскому сценарию: затопление территории станции, потеря энергоснабжения, перегрев реакторов, расплавление топлива, выбросы, эвакуация

жителей. Данный сценарий обсуждался в июне 2011 г. на Госсовете России по вопросам экологии, сразу после аварии на АЭС «Фукусима-1». Однако представители атомной станции категорически отрицают возможность подобной аварии, руководитель Центра общественной информации Балаковской АЭС Юрий Терехов утверждает, что при самых неблагоприятных условиях и внезапном прорыве плотины Жигулёвской ГЭС высокая волна до Балакова не дойдёт. А в целом руководство станции обвиняет местных экологов в нагнетании излишних страстей в обществе [11].

В апреле 2013 г. социологическая исследовательская группа «Циркон» по заказу ОМННО «Совет Гринпис» провела массовый опрос жителей *Балакова на тему «Готовность населения г. Балаково к нештатным ситуациям на Балаковской АЭС»* [12]. Цель исследования – получение информации, необходимой для анализа уровня информированности и готовности населения г. Балаково Саратовской области к адекватным действиям при возникновении нештатной (аварийной) ситуации на АЭС. Всего было опрошено 600 жителей города в возрасте от 18 лет. Опрос показал в определённой степени неожиданные результаты. Например, на вопрос *«Как бы вы оценили вероятность возникновения чрезвычайной (аварийной) ситуации на АЭС?»* 73% респондентов признали вероятность аварии, при этом вероятность как высокую оценили 20%, как не очень высокую – 31%, как низкую – 22%, и лишь 16% респондентов сказали, что вероятность аварии отсутствует. На вопрос *«Вы знаете или не знаете, как действовать в случае возникновения чрезвычайной ситуации на АЭС (например, радиационной аварии)»?* 17% респондентов сказали, что знают точно, как будут действовать, 41% – что знают примерно, и 41% респондентов не знают, как вообще действовать в случае аварийной ситуации на АЭС.

На вопрос *«Знаете ли Вы, где находится ближайшее укрытие на случай радиационной аварии?»* 77% респондентов ответили, что не знают, где оно находится, причем не знают про укрытие подавляющее большинство респондентов-женщин и каждый третий из тех, кто имеет отношение к АЭС, работают сами или работает близкий человек. На вопрос *«Вы знаете или не знаете, сколько капель раствора йода необходимо принимать взрослому в случае радиационной аварии?»* 24% респондентов ответили, что знают, а 62% ответили, что не знают, как принимать йод. На вопрос *«Участвовали ли Вы когда-либо в тренировке/обучении на случай возникновения радиационной аварии?»* 25% ответили, что участвовали более года назад, 4% – менее года назад, а 70% – что не участвовали никогда. 33% опрошенных никогда даже не слышали о проведении подобных тренировок! Однако необходимо отметить, что 59% респондентов сказали, что за последние три месяца регулярно слышали учебные сигналы оповещения о чрезвычайных ситуациях в городе, т.е. энергетики совместно с районным управлением МЧС в последнее время всё же уделяют внимание тренировкам населения на случай возникновения чрезвычайных ситуаций.

В целом выводы исследователей неутешительны. Так, уровень тревожности жителей г. Балаково относительно возможных аварийных ситуаций на АЭС довольно высок: около половины населения считают возникновение чрезвычайной ситуации в той или иной степени вероят-

ным. При этом сами работники и имеющие близких среди работников АЭС проявляют обеспокоенность в целом несколько реже. В ситуации повышенной тревожности значительная часть горожан (41%) не знают, как действовать при возникновении радиационной аварии, т.е. уровень готовности населения к действиям при возникновении нештатной ситуации на АЭС весьма низок. Ситуация по ряду параметров выглядит чуть лучше, однако речь идет только о тех, кто работает на АЭС или имеет там близких. Однако и эта категория весьма далека от достаточной степени готовности не только правильно действовать самим, но и прийти на помощь другим [12].

Взаимосвязь экологии и политики (политического актора) и их влияние на социальный механизм прослеживаются в Балакове по двум направлениям. Во-первых, собственно муниципальные власти, администрация Балаковского муниципального образования проводят в городе соответствующую экологическую политику, реализуя тем самым функцию антикризисного управления в социальной системе. В муниципалитете существует отдел охраны окружающей среды, который совместно с предприятиями и областным Комитетом по экологии осуществляет мониторинг окружающей среды, замеры уровня концентрации предельно допустимых веществ в выбросах предприятий, в случае нарушений к виновным применяется довольно жесткая система штрафных санкций. Например, сумма штрафов, наложенных на промышленные предприятия Саратовской области в рамках осуществления государственного экологического надзора, составила в 2012 г. 4,82 млн рублей, что на 35 % выше фактических показателей 2011 г. [13]. В зоне мониторинга областного Комитета по экологии, муниципального отдела охраны окружающей среды, общественных экологических организаций постоянно находятся все крупнейшие промышленные и энергетические предприятия Балакова, а пристальное внимание к АЭС даже раздражает энергетиков, что нередко приводит к конфликтам. Например, в ноябре 2012 г. в местной газете «Суть» было опубликовано интервью бывшего начальника штаба гражданской обороны Саратовской области Виктора Алампиева по названию «Что нарушает Балаковская АЭС», где экс-руководитель обвинил станцию в утечке радиационной воды из пруда-охладителя станции в Волгу, а также в крене и осадке энергоблоков АЭС в результате определенных ошибок при проектировании и строительстве [14]. В результате публикации разгорелся скандал, станция была вынуждена опровергать информацию и оправдываться, хотела подавать на газету в суд. Однако Балаковская межрайонная прокуратура в январе 2013 г. провела проверку фактов, изложенных в интервью, и подтвердила наличие крена и осадки энергоблоков [15], но никаких дальнейших действий, организационных или технических выводов из проверки не последовало.

Во-вторых, неудовлетворительное экологическое состояние в городе является одной из причин определенной протестной активности (другой такой причиной является постоянный рост цен тарифов ЖКХ), которая также должна быть объектом антикризисного управления. В городе традиционно сильны прокоммунистические настроения, весьма активную позицию по многим вопросам занимает местное отделение КПРФ во главе с Александром Анидаловым [16]. Большинство акций протеста проходит в городе под тра-

диционными красными знамёнами, на митинги выходят в основном представители пенсионеров и лиц предпенсионного возраста, но достаточно много и молодёжи, которая недовольна проводимой экономической политикой и отсутствием социальных лифтов. В отличие от соседнего моногорода Вольска – крупного центра цементной промышленности, депрессивного во всех отношениях поселения, с молчаливым недовольством местных жителей, которые просто массово переезжают в другие места проживания, протест в Балакове носит активный характер, лозунги формулируются предельно жёстко, формами протеста являются пикеты и митинги на центральной площади города. Подобные действия населения приводят к постоянной ротации кадров в районной и городской администрациях, за последние годы в муниципалитете несколько раз менялись глава исполнительной власти и ряд других должностных лиц, т.е. налицо пример эффективной обратной связи в социальной системе, управленческий результат протестной активности.

В заключение ещё раз напомним о внимании федеральной власти к проблеме моногородов. В Послании Федеральному Собранию РФ 12 декабря 2013 года Президент РФ В.В. Путин, в частности, отметил: «Отдельно хотел бы сказать о ситуации в моногородах. Это непростое наследие, которое досталось нам ещё из советской экономики. Здесь проживает более 15 миллионов человек. Да, немало моногородов и посёлков находится в сложном положении. Но здесь есть база: социальная инфраструктура, жильё, профессиональные кадры. Нужно посмотреть, чего не хватает бизнесу, какие преференции ему нужно создать и создать какие условия, чтобы инвестор шёл в эти моногорода не из-под палки, а видел реальную выгоду. Поверьте, лучше нам это сделать таким образом, чем вкладывать потом десятки миллиардов в трудоустройство напрямую из бюджета. А придётся это делать при известном развитии ситуации» [17]. Под *известным развитием ситуации* понимается, прежде всего, политическая и социальная нестабильность, возникшая в моногородах во время кризиса 2008–2009 гг., и президент здесь ещё раз направляет усилия федеральной и региональной власти, Министерства регионального развития РФ и губернаторского корпуса на предотвращение возможных социально-политических катаклизмов в будущем. Получится ли у власти и бизнеса стабилизировать и улучшить ситуацию в монопрофильных поселениях, превратить потенциальные зоны политической и социальной нестабильности в точки роста и деловой активности, оздоровить экологическую обстановку в моногородах – покажут ближайшие годы.

Литература

1. Воробьев М., Гусев В., Малый В. Современный ресурсный моногород: территория доживания или проект социально-политической стабильности (на примере г. Вольска Саратовской обл.) // Власть, 2013. № 4. С. 11–12.
2. *Моногорода* в Чувашии: итоги и перспективы. – URL: <http://www.regnum.ru/news/1585282.html>, дата обращения – 24 ноября 2013 г.
3. Медведев проведет совещание по занятости в моногородах. – URL: <http://er.ru/news/2013/9/9/medvedev-provedet-soveshanie-po-zanyatosti-v-monogorodah/>, дата обращения – 24 ноября 2013 г.
4. Указ Президента РФ от 10 сентября 2012 года № 1276 «Об оценке эффективности деятельности руководителей федеральных органов исполнительной власти и высших должностных лиц субъектов РФ по созданию благоприятных условий ведения предпринимательской

деятельности». – URL: http://tpprf-byt.ucoz.ru/news/ob_ocenke_effektivnosti_deyatelnosti_organov_ispolnitelnoj_vlasti_po_podderzhke_predprinimatelstva/2012-09-11-314, дата обращения – 24 ноября 2013 г.

5. Гусев В.В. Моногорода Саратовской области: социально-экономические и экологические перспективы глазами общества и элит. Саратов, 2011. 243 с.

6. Города и районы Саратовской области в 2011 году: Статистический сборник: т.2 / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. Саратов, 2012. 242 с. С. 110–112.

7. Человек в торсионном поле. – URL: http://rodonews.ru/news_1324829318.html, дата обращения – 01 декабря 2013 г.

8. Федчишин А. Влияние ЛЭП на здоровье. – URL: <http://gamma7.m-l-m.info/zashhita-ot-elektromagnitnogo-izlucheniya/vliyanie-elektromagnitnogo-izlucheniya-na-cheloveka/vliyanie-lep-na-zdorove/>, дата обращения – 09 декабря 2013 г.

9. Сможет ли Европа полностью отказаться от атомных электростанций. – URL: <http://pronedra.ru/atom/2011/09/06/smozhet-li-evropa-otkazatsiya-ot-aes/>, дата обращения – 29 ноября 2013 г.

10. Атомная энергетика после Фукусимы. – URL: <http://jankoy.org.ua/page.php?id=6216>, дата обращения – 29 ноября 2013 г.

11. Ожаровский А. Стресс-тест для Балаковской АЭС: неустановившийся крен, угроза затопления, тритиевое загрязнение. – URL: http://www.bellona.ru/articles_ru/articles_2011/Balakovo-stresstest, дата обращения – 29 ноября 2013 года

12. Готовность населения г. Балаково к нештатным ситуациям на БалАЭС. Результаты массового опроса населения // Исследовательская группа «Циркон», www.zircon.ru, 29 апреля 2013 г.

13. Информация об основных итогах работы комитета охраны окружающей среды и природопользования Саратовской области за январь–декабрь 2012 года. – URL: <http://saratov.gov.ru/government/structure/compresenvir/reports/detail.php?ID=83622>, дата обращения – 01 декабря 2013 г.

14. Что нарушает Балаковская АЭС. – URL: http://www.sutynews.ru/index.php?mode=article_view&id=2205, дата обращения – 12 декабря 2013 г.

15. Прокуратура подтвердила наличие крена и осадка на Балаковской АЭС. – URL: <http://www.sutynews.ru/news/13997>, дата обращения – 16 декабря 2013 г.

16. Официальный сайт КИРФ Балаковского района Саратовской области. – URL: <http://redportal.ru/tag/anidalov/>, дата обращения – 12 декабря 2013 г.

17. Послание Президента РФ Путина В.В. Федеральному Собранию 12 декабря 2013 года. – URL: <http://www.kremlin.ru/news/19825>, дата обращения – 15 декабря 2013 г.

Maliy Vadim I., Gusev Vladimir V. Volga Management Institute. PA Stolypin RANHiGS the Russian President

IMPACT OF POLITICAL AND ENVIRONMENTAL ACTORS ON THE SOCIAL MECHANISM OF THE MODERN COMPANY TOWNS

Ke ywords: one-industry town, employment, the environment, nuclear power plant emergency, anxious expectations, political actor, protest activity

The article examines the impact of environmental actor in a particular energy company towns - Balakovo, Saratov region - the political element of social processes. Currently, a complex social situation in mono aggravated due to a number of negative phenomena, such as underfunding of municipal services, the lack of effective employment policies, outbreaks of extremism and xenophobia. Certain difficulties for the normal functioning of monocities create environmental problems, since the functioning of the core enterprises often associated with environmental costs. In Balakovo disturbing people's expectations are formed around a functioning nuclear power plant. Environmental actor, in turn, directly affects the mechanisms of social planning and protest mood of the people who are trying to use in their activities, representatives of opposition parties. As a result, instead of potential "growth points" power gets "tensions" constant rotation of the municipal authorities. President and federal authorities now predict the possible negative consequences of the situation in mono and give her attention.

References

1. Vorob'ev M., Gusev V., Malyy V. Sovremennyy resursnyj monogorod: territoriya dozhivaniya ili proekt social'no-politicheskoy stabil'nosti (na primere g. Vol'ska Saratovskoj obl.) // Vlast', 2013. № 4. S. 11–12.
2. Monogoroda v Chuvashii: itogi i perspektivy. – URL: <<http://www.regnum.ru/news/1585282.html>>, data obrascheniya - 24 noyabrya 2013 g.
3. Medvedev provedet soveshanie po zanyatosti v monogorodah. – URL: <<http://er.ru/news/2013/9/9/medvedev-provedet-soveshanie-po-zanyatosti-v-monogorodah/>>, data obrascheniya – 24 noyabrya 2013 g.
4. Ukaz Prezidenta RF ot 10 sentyabrya 2012 goda № 1276 «Ob ocenke `effektivnosti deyatel'nosti rukovoditelej federal'nyh organov ispolnitel'noj vlasti i vysshih dolzhnostnyh lic sub`ektov RF po sozdaniyu blagopriyatnyh uslovij vedeniya predprinimatel'skoj deyatel'nosti». – URL: http://tpprf-byt.ucoz.ru/news/ob_ocenke_ehffektivnosti_deyatelnosti_organov_ispolnitelnoj_vlasti_po_podderzhke_predprinimatelstva/2012-09-11-314 <http://tpprf-byt.ucoz.ru/news/ob_ocenke_ehffektivnosti_deyatelnosti_organov_ispolnitelnoj_vlasti_po_podderzhke_predprinimatelstva/2012-09-11-314>, data obrascheniya – 24 noyabrya 2013 g.
5. Gusev V.V. Monogoroda Saratovskoj oblasti: social'no-`ekonomicheskie i `ekologicheskie perspektivy glazami obshchestva i `elit. Saratov, 2011. 243 s.
6. Goroda i rajony Saratovskoj oblasti v 2011 godu: Statisticheskij sbornik: t.2 / Territorial'nyj organ Federal'noj sluzhby gosudarstvennoj statistiki po Saratovskoj oblasti. Saratov, 2012. 242 s. S. 110–112.
7. Chelovek v torsionnom pole. – URL: http://rodonews.ru/news_1324829318.html <http://rodonews.ru/news_1324829318.html>, data obrascheniya – 01 dekabrya 2013 g.
8. Fedchishin A. Vliyanie L'EP na zdorov'e. – URL: <<http://gamma7.m-l-m.info/zashhita-otelektromagnitnogo-izlucheniya/vliyanie-elektromagnitnogo-izlucheniya-na-cheloveka/vliyanie-lep-na-zdorove/>>, data obrascheniya - 09 dekabrya 2013 g.
9. Smozhet li Evropa polnost'yu otkazat'sya ot atomnyh `elektrostancij. – URL: <<http://pronedra.ru/atom/2011/09/06/smozhet-li-evropa-otkazatisya-ot-aes/>>, data obrascheniya 29 noyabrya 2013 g.
10. Atomnaya `energetika posle Fukusimy. – URL: <http://jankoy.org.ua/page.php?id=6216> <<http://jankoy.org.ua/page.php?id=6216>>, data obrascheniya - 29 noyabrya 2013 g.
11. Ozharovskij A. Stress-test dlya Balakovskoj A`ES: neustanovivshijsya kren, ugroza za-topleniya, tritievoe zagryaznenie. – URL: <http://www.bellona.ru/articles_ru/articles_2011/Balakovo-stresstest>, data obrascheniya – 29 noyabrya 2013 goda
12. Gotovnost' naseleniya g. Balakovo k neshtatnym situacijam na Bala`ES. Rezul'taty massovo oprosa naseleniya // Issledovatel'skaya gruppa «Cirkon», www.zircon.ru, 29 aprelya 2013 g.
13. Informaciya ob osnovnyh itogah raboty komiteta ohrany okruzhayushej sredy i prirodopol'zovaniya Saratovskoj oblasti za yanvar'-dekabr' 2012 goda. – URL: <http://saratov.gov.ru/government/structure/compresenvir/reports/detail.php?ID=83622> <<http://saratov.gov.ru/government/structure/compresenvir/reports/detail.php?ID=83622>>, data obrascheniya – 01 dekabrya 2013 g.
14. Chto narushaet Balakovskaya A`ES. – URL: http://www.sutynews.ru/index.php?mode=article_view&id=2205 <http://www.sutynews.ru/index.php?mode=article_view&id=2205>, data obrascheniya - 12 dekabrya 2013 g.
15. Prokuratura podverdila nalichie krena i osadka na Balakovskoj A`ES <<http://www.sutynews.ru/news/13997>>. – URL: <<http://www.sutynews.ru/news/13997>>, data obrascheniya – 16 dekabrya 2013 g.
16. Oficial'nyj sajt KPRF Balakovskogo rajona Saratovskoj oblasti. – URL: <<http://redportal.ru/tag/anidalov/>>, data obrascheniya – 12 dekabrya 2013 g.
17. Poslanie Prezidenta RF Putina V.V. Federal'nomu Sobraniyu 12 dekabrya 2013 goda. – URL: <<http://www.kremlin.ru/news/19825>>, data obrascheniya – 15 dekabrya 2013 g.

УДК 316.4

П.Н. Можаява Ренья

**МОДЕЛЬ КРИЗИСНЫХ КОММУНИКАЦИЙ
ДЛЯ ПРЕОДОЛЕНИЯ ФОРС-МАЖОРНЫХ СИТУАЦИЙ
В ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ**

Представлена авторская модель кризисных коммуникаций для преодоления форс-мажорных ситуаций в туристической сфере, разработанная с учетом специфики туристского маркетинга, PR и рекламы, а также психологических и культурных особенностей восприятия и реагирования представителей различных культур в кризисных ситуациях. Описывается влияние форс-мажоров (природных и техногенных катастроф, произошедших в мире за последние годы) на деятельность предприятий туристического сектора, представлены возможности и перспективы применения разработанной модели в российской туристической практике.

Ключевые слова: кризисные коммуникации, форс-мажор, туристическая сфера, PR, социальные медиа.

Рост уровня жизни и мобильности человечества, глобализация и разрушение значения места в человеческой жизни (А. Тоффлер), формирование общества потребления (находящегося в постоянном движении и обреченного на вечное движение (З. Бауман)), желание визуального потребления и формирование «общества зрелищ» (Ги Дебор), скука, вызывающая желание новизны, «смены опыта», «контраста», связанного с такими обыденными социальными практиками, как дом и работа, «вброса в иную реальность» (Дж. Урри), «приключения» (Г. Зиммель) как особого типа переживания, по сути связанного с «выходом за предполагаемые границы собственных возможностей» [1], – все это привело к тому, что туризм стал самой динамично развивающейся отраслью международного бизнеса: по данным Всемирной туристической организации, она развивается почти вдвое быстрее других [2].

Однако в последнее время эта отрасль стала сталкиваться с серьезными трудностями: почти повсеместное изменение климата и ухудшение экологической ситуации привели к значительному росту природных катаклизмов. По данным за 2002–2011 гг. в среднем за год происходило 394 природные катастрофы (и около 900 катастроф иного происхождения), погибло 107 тысяч человек, а число пострадавших составило 268 миллионов [3]. Сумма ущерба только за один 2012 г. оценивается в 157 млрд. долларов США, с учетом техногенных катастроф – в 186 млрд долларов [4,5]. 2011 г. был рекордным – ущерб составил 400 млрд долларов. Масштабы ущербов от природных катастроф различных типов настолько огромны, что впечатляют, даже если называть частные, а не общие цифры. К примеру, одно только извержение вулкана Эйяфьятлайокудль в Исландии в 2010 г. принесло мировым авиакомпаниям убытки в размере 1,7 млрд долларов, предприятиям туристической отрасли – 2,3 млрд долларов [6]. Политические и социальные форс-мажоры также вле-

кут за собой убытки для предприятий туристической сферы. Например, в результате политических и экологических протестов жителей Турции на площади Таксим в центре Стамбула находящиеся недалеко отели всего в период с 31 мая по 17 июня 2013 г. получили отмены 215 862 бронирования, потеряв 54,7 млн евро. В результате обострения политической ситуации в 2011 г. в Египте российские туристические компании потеряли около 150 млн евро, а в 2013 г. (в результате нового политического форс-мажора) доходы туристической индустрии Египта составили всего \$5,9 млрд против \$12,6 млрд в 2010 г. [7]

Извержение вулкана Эйяфьятлайокудль в Исландии, лесные пожары в Подмоскowie, акулы-людоеды в Красном море, электрический коллапс в Домодедово, революции и военные перевороты на севере Африки, землетрясения, цунами и аварии на атомных электростанциях в Японии, тайфун Бофа на Филиппинах, наводнения в Таиланде и Китае, гражданская война в Сирии, ураган «Сэнди» в США – эти и многие другие природные, техногенные и социальные кризисы произошли всего за последние несколько лет. Естественно, такие события не могут положительно сказываться на развитии туризма, ведь любая форс-мажорная ситуация вызывает у людей страх, стремление срочно выбраться из беспокойной точки и зачастую приводит к социально-психологическому кризису, выражающемуся в изменении мышления человека, а также восприятия им кризисной информации и всего происходящего в целом. Кроме того, в значительной мере сила реакции человека на кризис зависит от культуры и национального менталитета его страны: если русские первыми мчатся в Таиланд после разрушительных цунами или не хотят покидать Египет, несмотря на начинающуюся там революцию, то у представителей многих других наций такие события отбивают всякое желание ехать отдыхать в небезопасное место, даже несмотря на ослабление или полное прекращение там кризиса.

Таким образом, в подобных условиях перед предприятиями туристической сферы встанут очень непростые задачи: не допустить паники со стороны туристов, успокоить их, оказать реальную помощь и выполнить свои юридические обязательства. Крайне важным является тот факт, что форс-мажор освобождает только от ответственности за неисполнение обязательств по договору, но не освобождает от выполнения этих обязательств, о чем многие предприятия часто намеренно забывают. На самом деле, форс-мажор – это отличный тест для компаний, когда проверяется и буква закона, и то, насколько туристические предприятия клиентоориентированы. Если это действительно так, то в кризисной ситуации они будут, в первую очередь, стремиться сохранить доверие клиентов к организации и предлагаемым ею услугам, ведь именно на нем строится туристический бизнес – на доверии – вещи легко теряемой и очень трудно воссоздаваемой. Современное общество – это «общество риска» (У. Бек) и неопределенности, а доверие – это как раз тот социальный механизм, который «управляет неопределенностью социальных отношений и призван снизить этот риск» (Н. Луман) [8]. По мнению австралийского социолога Дж. Барбалета [9], доверие как социальная эмоция напрямую связано с уверенностью – «эмоцией безопасных ожиданий». Он определяет доверие как «уверенность, связанную с ожиданиями относительно интенций других». Английский социолог Э. Гидденс придерживается похожей позиции, говоря, что «доверие – это связь веры и уверенности, основанной на знании. Оно может быть определено как уверенность

в надежности человека или системы по отношению к определенному ряду явлений или событий» [8]. Таким образом, нетрудно предположить, как невероятно сложно вернуть доверие человека в случае разрушения его уверенности в надежности и безопасности.

Однако ситуационный анализ показал, что подавляющее большинство отечественных туристических предприятий не занимается решением всех вышеперечисленных задач. Возможно, потому, что это требует особой, отличной от повседневной, работы с целевыми аудиториями, а именно – разработки и реализации программы кризисных коммуникаций. Основываясь на гипотезе о том, что разработка оптимальной модели кризисных коммуникаций в туристической сфере должна вестись с учетом, во-первых, специфики туристского маркетинга, PR и рекламы и, во-вторых, психологических и культурных особенностей восприятия и реагирования представителей разных культур в кризисных ситуациях, мы разработали подобную модель (рис. 1).

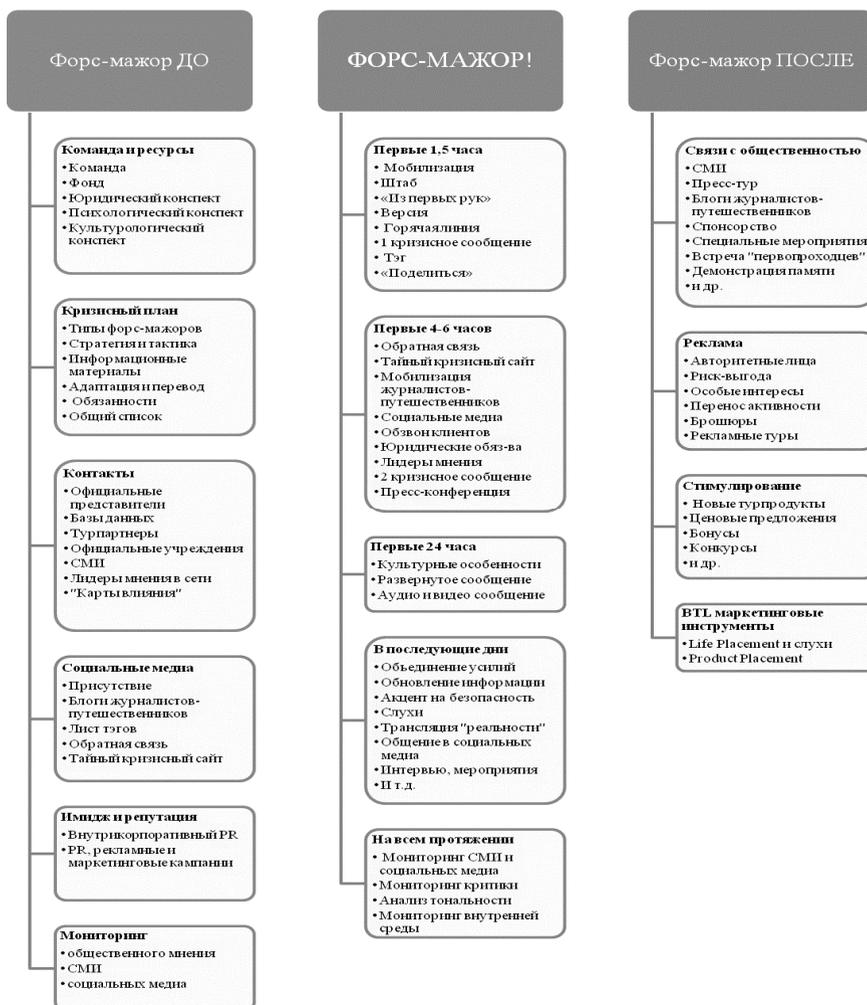


Рис. 1

Представляемая модель состоит из 3 крупных блоков кризисных коммуникаций, выделенных на основе временного фактора: до форс-мажора; в момент возникновения и во время форс-мажора; сразу же после форс-мажора. Каждый блок разбит на части в зависимости от тематики или времени необходимых действий.

Данная модель разработана на основе принципа синергии: она представляет собой систему кризисных коммуникаций для туристической сферы, которая включает в себя множество взаимосвязанных компонентов, гармонично дополняющих друг друга и дающих синергетический эффект. Совместное использование всех компонентов модели превышает эффект каждого из них в отдельности и ведет к возрастанию эффективности кризисной деятельности в результате интеграции отдельных принципов, инструментов и технологий в единую систему. В схематичном виде модель изображена на рис. 1, ниже представлено развернутое описание модели.

Работа на первом этапе, носящем название «До форс-мажора», должна вестись в 6 направлениях: формирование кризисной команды и ресурсов, разработка кризисного плана, налаживание и поддержание контактов, работа в социальных медиа, общая имиджевая и репутационная деятельность и мониторинг.

В рамках работы по первому направлению необходимо создать управленческую команду из профессионалов разных профилей (руководства компании, PR-специалиста, спиндоктора, маркетолога, рекламиста, юриста, финансиста), команду исполнителей-помощников (с разделением функций: работающие с традиционными СМИ, на «горячих линиях» и в социальных медиа) и техническую кризисную команду (оператор для видеосъемки, фотограф, программист). С точки зрения социальных функций членов данной команды можно классифицировать и по-другому – по разным направлениям социального взаимодействия, тем самым выделяя управленческих (руководство компании и частично PR-специалист), технических (юристы, финансисты, исполнители-помощники, оператор для видеосъемки, фотограф, программист) и имиджевых (PR-специалист, спиндоктор, маркетолог, рекламист) участников. Стоит заметить, что последние зачастую оказываются важнее первых двух категорий.

Что касается формирования ресурсов, то сюда относится создание и регулярное пополнение специального форс-мажорного фонда, а также составление трех кратких конспектов-памяток для всех членов кризисной команды: по вопросам юридической ответственности туристической организации в форс-мажорных ситуациях, об основных психологических принципах восприятия информации человеком во время кризиса, необходимого для налаживания эффективных коммуникаций с общественностью во время форс-мажоров, и по специфике поведения в кризисных ситуациях основных национальных культур, с которыми взаимодействует организация.

В рамках второго направления необходимо составить кризисный план для форс-мажорных ситуаций и на его основе распределить обязанности среди членов кризисной команды в случае возникновения форс-мажора, написать инструкции для исполнителей и ознакомить каждого члена команды с возло-

женными на него функциями – для оперативной и слаженной работы во время форс-мажора. Кроме того, крайне важно составить общий список всех членов кризисной команды (руководителей, исполнителей, технического персонала) с указанием функций, электронной почты и контактного телефона для каждого.

Разработка кризисного плана – важнейший момент в организации кризисных коммуникаций компании, он требует много времени и усилий, зато в случае своевременной его подготовки гарантирует значительное облегчение нагрузки для компании непосредственно во время форс-мажора. Сначала сотрудниками компании определяются все вероятные типы форс-мажоров в туристической сфере, так или иначе способные затронуть деятельность организации. Затем для каждого из них выбирается стратегия поведения и составляется детализированный сценарий действий, который и будет для организации своеобразным «путеводителем» при возникновении форс-мажорной ситуации. Что включает в себя данный сценарий? В первую очередь, ответы на такие организационно-коммуникационные вопросы, как: «Кто? Кому? Как? В каком виде? Что?» будет говорить. Остановимся подробнее:

«Кто?» – определение официального представителя или «публичного лица» организации – того, от чьего лица будет исходить вся основная форс-мажорная информация.

«Кому?» – определение целевых аудиторий для информационного воздействия во время форс-мажора.

«Как?» – определение оптимальных каналов для передачи кризисной информации и составление перечня необходимых кризисных информационных мероприятий: пресс-конференция, брифинг, интервью, заявление для СМИ, выступление руководства и другие.

«В каком виде?» – определение оптимальных форматов подачи кризисных сообщений: видеосообщение, аудиосообщение, фотосообщение, печатный текст и другие.

«Что?» – подготовка шаблонов информационных материалов (с учетом конспекта-памятки об основных психологических принципах восприятия информации человеком во время кризиса). Качественный набор информационных материалов включает в себя [10]:

- Первичное кризисное сообщение: для традиционных СМИ и для социальных медиа;
- Вторичное кризисное сообщение: для традиционных СМИ и для социальных медиа;
- Тексты соболезнований и поддержки;
- Кризисный медиа-пакет;
- Социальный пресс-релиз;
- Перечень фактов, карты, набор фотографий и статистика прибытий туристов – все основные данные о странах, с которыми работает организация, необходимые для удовлетворения запросов СМИ;
- Перечень необходимых в случае форс-мажора служб и телефонов срочной помощи для каждой страны.

- Документы о ранее имевших место различных форс-мажорах и о предельно допустимых значениях повреждений/загрязнений – для предоставления сравнительной информации, ценящейся общественностью во время кризиса.

Написанные доступным для понимания языком юридические обязательства туристических предприятий во время форс-мажора.

Разработанные информационные материалы необходимо адаптировать для представителей разных культур, с которыми работает организация (с учетом конспекта-памятки специфики поведения в кризисных ситуациях основных национальных культур, о котором мы говорили ранее), и перевести на языки этих культур: обязательно на английский язык, а также на языки тех стран, которые не любят или не всегда учат чужие языки: например французский, португальский.

Завершение процесса разработки кризисного плана включает в себя составление конспекта-памятки с правилами и типичными ошибками при общении с журналистами, а также со списком «трудных» и «враждебных» вопросов в форс-мажорных ситуациях; ознакомление с ним сотрудников; а также составление временной раскладки всех разработанных действий на период форс-мажора (действия за первый час, за первые 4–6 часов, за первые 24 часа и далее).

Налаживание и поддержание контактов – следующее важное направление работы в подготовительный период. Во-первых, необходимо создать базы данных о тур-партнерах по каждой стране (основные туроператоры, транспортные компании, гостиницы, информационные бюро, туристические ассоциации и другие значимые туристические организации) с указанием влияния особенностей каждой национальной культуры и менталитета на оперативность действий в кризисной ситуации: к примеру, представителям полиактивных культур следует чаще напоминать о своих просьбах в предоставлении информации, а договариваться о конкретных сроках её предоставления – почти бесполезно. Для оперативного взаимодействия с попавшими в форс-мажор клиентами и получения достоверной информации с места происшествия необходимо организовать информационный центр или хотя бы назначить официального представителя организации в каждой стране, с которой она работает.

Непосредственно для налаживания и поддержания контактов выделим четыре целевые аудитории:

- партнеры и другие предприятия туристической сферы (желательно вместе создать общий сайт для оперативного обмена информацией и кооперации в форс-мажорных ситуациях);

- департаменты и министерства здравоохранения, безопасности, экологии стран, с которыми работает организация, а также синоптики, океанологи, сейсмологи, экологи и другие специалисты/организации, занимающиеся прогнозированием природных катаклизмов. Необходимо заключить с ними соглашения о получении ежедневных/еженедельных информационных прогнозных сообщений с их стороны или организовать RSS-подписки на их рассылки.

- СМИ. В рамках работы выстраивания отношений со СМИ нужно определить лояльных к организации журналистов и поддерживать хорошие взаимоотношения с ними, а также определить критически настроенных к организации журналистов, сферы и силы их влияния и попробовать изменить их

мнение и привлечь на свою сторону. Отличный способ работы с журналистами – привлечение их в свои PR- и рекламные кампании (например, рекламные туры, бесплатные рекламные экскурсии, подарки) в «мирное» время для завоевания их поддержки в форс-мажорный период. В целом, результаты своей работы со СМИ нужно представить в виде наглядной «карты влияния» журналистов, чтобы понимать, какие СМИ будут поддерживать или, по крайней мере, объективно оценивать организацию в кризисный период, а какие будут её критиковать.

– лидеры мнения в социальных медиа (влиятельные блоггеры и пользователи социальных сетей). Работа с аудиторией социальных медиа по своим мероприятиям практически совпадает с работой со СМИ: следует определить своих сторонников и критиков и привлечь их в свои PR- и рекламные кампании (например, рекламные туры, бесплатные рекламные экскурсии, подарки, конкурсы рассказов о путешествиях, конкурсы фотографий, бесплатные акции) в «мирное» время для завоевания их поддержки в форс-мажорный период. Затем необходимо составить наглядные «карты влияния» лидеров мнения в социальных медиа, чтобы знать, на каких ресурсах и в каком количестве «живут» сторонники организации и её критики.

Однако работа в социальных медиа не ограничивается только коммуникациями с лидерами мнений. Во-первых, организация должна создать и постепенно расширять свое присутствие в Интернете: корпоративный сайт, корпоративный блог (например, на Live Journal), корпоративный аккаунт в Twitter, страница в LinkedIn, группы в Facebook и VKontakte, видео на YouTube, фотостраница на Flickr, в Instagram, Pinterest. Для создания у своих клиентов ощущения заботы об их безопасности необходимо постоянно информировать клиентов по этим вопросам (для каждой страны, с которой работает организация) на корпоративном сайте и в социальных медиа: номера телефонов, куда обращаться в случае возникновения чрезвычайной ситуации; общепринятые правила поведения; особые законы; места, путешествий в которых следует избегать; безопасные пункты для хранения багажа; напоминания о важности сохранения копий туристических документов. Также важным моментом является разработка и реализация программы обратной связи, подходящей как для мирного, так и для кризисного времени: с помощью каких каналов, в какой форме и кем она будет осуществляться (например, в социальных медиа, ответами на комментарии пользователей, одним из членов команды исполнителей-помощников).

В дополнение к постоянно функционирующему корпоративному сайту также следует разработать и создать «тайный» кризисный сайт (или, по крайней мере, «тайную» страницу на корпоративном сайте) и бесплатную горячую линию, которые будут быстро активированы в случае форс-мажора.

Для продвижения компании в сети Интернет необходимо составить лист ключевых слов/ тэгов (как негативных, так и позитивных) для использования в SEO/ SEM (поисковой оптимизации и маркетинге). Хороший эффект для продвижения компании в Интернет может дать заключение договоренности с несколькими журналистами-путешественниками в каждой стране, с которой работает компания, о еженедельном предоставлении ими новой увлекательной туристической информации об их стране и событиях в ней (на основе их

опыта), так как большинство потенциальных туристов доверяет информации из уст путешественника гораздо больше, чем той же информации, но от лица рекламного специалиста. Для них необходимо создать аккаунты на Facebook и в Twitter (для ответов на вопросы пользователей), а также личные блоги с функцией трансляции размещаемой там информации на корпоративный сайт организации.

Следующее направление работы в период «До форс-мажора» – общая имиджевая и репутационная деятельность – заключается в мотивации, стимулировании и внутрикорпоративном PR для поддержания лояльности сотрудников к своей организации, её поддержки и оперативной их мобилизации во время кризиса, а также в регулярном проведении PR-, рекламных и маркетинговых кампаний для формирования положительного имиджа туристической организации.

И, наконец, последний вид деятельности в подготовительный период – мониторинг – заключается в тщательном наблюдении за тремя сферами:

- ежемесячный/раз в квартал мониторинг общественного мнения об организации, событиях в туристической сфере, предпочтениях в видах отдыха, странах, а также опасениях относительно взаимосвязи происходящих в мире событий и туризма (опросы, анкетирование, интервьюирование).

- ежедневный мониторинг СМИ на предмет событий в туристической отрасли, мировых новостей и упоминаний об организации.

- еженедельный мониторинг социальных медиа.

Отчеты должны включать в себя анализ обсуждений, топовых чартов, диаграмм и графиков, касающихся туристической сферы; анализ упоминаний организации в социальных медиа; лист наиболее популярных и актуальных социальных медиа на данный момент (блоги, доски объявлений, социальные сети); анализ обратной связи, полученной в результате реализации «программы обратной связи».

При наступлении форс-мажора работа компании делится на основе временного фактора: необходимые действия в первые 1,5 часа, 4–6 часов, 24 часа и в последующие дни. В целом, на данном этапе важно следование главным принципам кризисных коммуникаций: открытость и доступность организации и руководства для СМИ и общественности, оперативная и точная информация, демонстрация компетентности, уверенности и озабоченности случившимся. Однако туризм – это отрасль, где всё связано с человеком, и поэтому в кризисной ситуации, прежде всего, важно показать «человеческое лицо» организации – проявить сочувствие и озабоченность проблемой и судьбами людей.

Первые 1,5 часа – это, в первую очередь, мобилизация кризисной команды (экстренный сбор), определение типа форс-мажора, выбор стратегии и кризисного плана (в котором все детали и действия уже определены и расписаны). Каждому члену кризисной команды следует напомнить о его функциях, раздать каждому список контактов членов кризисной команды, памятки по общению с журналистами, а также юридические, психологические и культурологические конспекты-памятки. Также необходимо оперативно организовать кризисный штаб: место для работы и приема журналистов, проверить средства связи, необходимую аппаратуру.

Следующий шаг – установление связи с представителем организации и тур-партнерами на месте происшествия, получение информации «из первых рук» и поручение официальному представителю собирать материалы о происшествии и консультировать обращающихся клиентов на месте. На основе полученной информации разрабатывается собственная версия развития событий, и в соответствии с ней корректируется первичное кризисное сообщение. После этого объявляется общий сбор всех ключевых сотрудников компании (не только кризисной команды) для объяснения им ситуации и оглашения разработанной версии событий.

После оперативной подготовки сотрудников компании кризисная команда приступает к первичной работе с внешней общественностью: активизируется ранее созданная бесплатная горячая линия, определяется нужное в данной ситуации ключевое слово/тэг (из ранее составленного списка) и вместе с ним в международные СМИ, социальные медиа и на корпоративный сайт запускается первичное кризисное сообщение (в том числе с указанием активированной горячей линии) на разных языках. Стоит отметить, что все сообщения, новости и любой контент, начиная с первого сообщения, должны обладать возможностью (функцией) «поделиться» в социальных медиа – чтобы сообщение распространилось со скоростью молнии за счет вирусной реакции пользователей.

В течение первых 4–6 часов крайне важными являются доброжелательные, вежливые и компетентные ответы на все звонки представителей СМИ, оперативная персонализированная обратная связь на все вопросы пользователей социальных медиа и корпоративного сайта, а также подробные и полные ответы по каждому конкретному случаю всем звонящим по горячей линии. Так как люди воспринимают негативные события лично, нужно работать с каждым персонально.

В это же время активизируется и «тайный» кризисный сайт. На нем размещаются первичное кризисное сообщение, все необходимые ранее подготовленные информационные материалы, а также ссылки на сайты других туристических предприятий, от которых зависит судьба клиентов организации (например, на сайт авиакомпании с табло о задержках и отмене рейсов, на сайт гостиницы с условиями предоставления номеров на дополнительный срок). Также на него постоянно поступает свежая информация от информаторов компании на месте происшествия. Оперативно налаживается связь с ранее нанятыми журналистами-путешественниками, происходит их мобилизация и синхронизация их блогов не только с корпоративным, но и с кризисным сайтом. Сразу же начинается раскрутка кризисного сайта в социальных медиа (баннер-переход на корпоративном сайте, сообщения со ссылкой на кризисный сайт на туристических форумах, корпоративных аккаунтах и страницах на Twitter, Facebook, VKontakte и в других социальных медиа). Также внутри команды определяется временной интервал обновления новостей на кризисном сайте и в социальных медиа, например каждый час.

В обязательном порядке проводится обзвон оказавшихся на месте происшествия клиентов – при условии, что их немного; если же их много – стандартизированное sms-сообщение или сообщение на голосовую почту. Далее они сами выйдут на связь с помощью горячей линии и социальных медиа.

Кроме этого, тщательно соблюдаются все юридические обязательства (например, организация горячего питания после 4 часов ожидания в аэропорту; или организация туроператором доставки клиента домой на другом виде транспорта при невозможности сделать это запланированным способом), и краткие сообщения об этом распространяются в социальных медиа с целью демонстрации ответственности компании и её заботе о клиентах.

Внимательно нужно отнестись и к авторитетной общественности: связаться со всеми лояльно настроенными к организации лидерами мнения (журналистами, блогерами, известными персонами), обратиться к каждому персонально, мобилизовать их и вовлечь в кризисную политику компании.

В этот временной период наступает очередь запуска вторичного кризисного сообщения. Оно корректируется с учетом разработанной версии, новых данных, активированных горячей линии и кризисного сайта, положительных для организации высказываний лидеров мнений, а также выполненных юридических обязательств и запускается на разных языках в международные СМИ и социальные медиа.

И, наконец, важным моментом работы компании в первые 4–6 часов становится организация экстренной пресс-конференции с участием официального представителя/руководства компании и её онлайн-трансляция/ стенограмма в социальных медиа и на кризисном сайте.

Следующий временной отрезок кризисной деятельности во время формажора – 24 часа. После выполнения основной работы в первые 1,5 и 4–6 часов на данном этапе осуществляются так называемые дополнительно-вспомогательные работы, или поддерживающие коммуникации. Во-первых, обращается внимание на культурные особенности скорости распространения информации (например, в полиактивных культурах с высоким контекстом существует обширная неформальная сеть, и информация распространяется с гораздо большей скоростью, чем в моноактивных культурах с низким контекстом), и для культур с низкой скоростью распространения информации запускаются дополнительные информационные сообщения.

Во-вторых, принимаются во внимание культурные особенности силы и остроты восприятия кризиса (культуры с низкой и высокой степенью избегания неопределенности, культуры конкретных и универсальных истин), и для культур с высокой степенью избегания неопределенности и культур универсальных истин запускаются дополнительные убедительные успокаивающие сообщения.

На основе регулярно получаемых от информаторов с места события статистики, карт, видео- и фотосъемок происшествия определяются границы случившегося (почти всегда это только какой-то район страны, а не она вся целиком), затем на основе полученных данных и выводов готовится положительное по тональности и вселяющее надежду на лучшее сообщение (обязательно упоминание о том, что остальная часть страны невредима и открыта для туризма), которое переводится на необходимые иностранные языки и запускается вместе с наглядными материалами в международные СМИ и социальные медиа.

Кроме того, хороший эффект для клиентов и общественности даст запись аудио- (подкаст) и видеосообщений (на нескольких языках либо с субтитрами) от лица руководства компании (с учетом всей известной к этому моменту информации) и их запуск в СМИ и социальные медиа.

24 часа – это пиковый период, время самой напряженной работы, от которой зависит первое впечатление общественности об организации. В последующие дни работа ведется в чуть более спокойном режиме. На данном этапе желательно объединить усилия с другими предприятиями туристической сферы для обмена информацией и предоставления клиентам более точных и подробных сведений и использовать для этого ранее созданный общий сайт. Будет полезным организовать web-конференцию с турпартнерами и другими туристическими предприятиями для обмена опытом, информацией и совместной разработки посткризисных мер на туристическом рынке для пострадавшего направления.

Также в этот период крайне важно постоянно обновлять информацию даже при отсутствии серьезных новостей – для демонстрации того, что организация всегда на связи и переживает из-за сложившейся ситуации. Обязательно нужно освещать все предпринимаемые меры, даже самые незначительные – люди в форс-мажорный период хотят, в первую очередь, знать даже не подробности случившегося, а какие меры предпринимаются для разрешения ситуации. В своих сообщениях, прежде всего, нужно ставить акцент на тщательное отслеживание безопасности людей (например, «мы проверяем свои самолеты на радиацию» или «мы консультировались с сейсмологами, и в ближайшее время землетрясений в данном регионе больше не предвидится») – это особенно необходимо в сообщениях для представителей культур универсальных истин и культур с высокой степенью избегания неопределенности.

В эти дни также важно тщательно отслеживать возникновение слухов и оперативно их устранять за счет предоставления оперативной и полной информации, что ведет к уничтожению её дефицита – наилучшей почвы для слухов. Для этого необходимо:

- постоянно поддерживать разговор с пользователями в социальных медиа;
- организовать web-камеры на месте происшествия и в непострадавших туристических районах для демонстрации реального положения вещей и круглосуточно транслировать их на кризисном сайте, а также распространить ссылки на web-камеры в социальных медиа;
- регулярно выкладывать на кризисный сайт и в социальные медиа обновления фотографий и видеорепортажей представителя организации и турпартнеров о событиях на месте происшествия (не только для уничтожения слухов посредством «живых» актуальных кадров, но и для вирусного распространения в сети);
- регулярно запускать в СМИ и социальные медиа интересные и актуальные истории, связанные с форс-мажором: например, о том, как местные жители помогают пострадавшим; комментарии от департаментов здравоохранения, экологии, а также синоптиков и всех других лиц, с которыми уже налажены контакты; съемки, интервью и комментарии туристов в непострадавшей части страны.

Какие ещё мероприятия можно и нужно провести в этот период в рамках кризисной деятельности? Во-первых, можно организовать несколько интервью для теле/радио/газетных журналистов/ программ с официальным представителем/ руководством компании: о масштабах форс-мажора, о предпри-

нятых организацией кризисных мерах и её кризисных коммуникациях, прогнозы о будущем туризма и непосредственно организации в связи со случившемся. Также можно снять и запустить на телевидение рекламный ролик о не затронутых катастрофой районах страны.

Во-вторых, положительный репутационный эффект для компании даст инициация и организация ряда мероприятий или акций в поддержку пострадавших во время форс-мажора: например, сбор средств или гуманитарной помощи. Сообщения о мероприятии/акции запускаются в СМИ, и социальные медиа. Снимается вирусный ролик о том, как проходит акция и запускается в Интернет.

В-третьих, можно заслужить дополнительную благодарность клиентов, предложив им справки для работы/школы о задержке из-за случившегося форс-мажора (особенно для представителей культур универсальных истин и культур с высокой степенью избегания неопределенности). Информация об этом предложении также запускается в социальные медиа.

К концу основного этапа «Во время форс-мажора» следует дать несколько общих рекомендаций, касающихся необходимых действий на всем протяжении форс-мажора, с первой же минуты и до конца – это мониторинг в различных его ипостасях:

1. Оперативный ежечасный мониторинг СМИ и социальных медиа, анализ общественного мнения на основании дискуссий, вопросов и комментариев в социальных медиа.

2. Особо тщательный мониторинг критикующих организацию комментариев и статей и оперативные ответы на критику.

3. Анализ тональности освещения событий в зависимости от стран: в какой стране тональность материалов и обратной связи более критическая и паническая, там требуется больше «успокаивающих» и персональных кризисных коммуникаций – обращение непосредственно к жителям этой страны с точной кризисной информацией.

4. Мониторинг внутренней среды компании: настроения её сотрудников.

Подводя итог данному этапу, отметим, что описанные выше действия подходят для туристической организации, которая успела до форс-мажора выполнить первую часть модели, т.е. вела «докризисную» работу. Если же организацию форс-мажор застал абсолютно неподготовленной, то ей следует начинать свои действия с первой части модели и сочетать их со второй частью.

По окончании форс-мажора кризисная работа в компании не должна прекращаться. Главные задачи – восстановить имидж пострадавшего места, вернуть туристический поток в страну происшествия и восстановить/поддержать репутацию компании и лояльность общественности. На данном этапе работа ведется в четырех направлениях: связи с общественностью, реклама, стимулирование и VTL маркетинг.

Связи с общественностью особенно полезны для воздействия на представителей культур с высокой степенью избегания неопределенности и культур универсальных истин. Что входит в число мероприятий в рамках данного направления? Во-первых, регулярное предоставление СМИ и в социальные медиа информации о восстановлении пострадавшего места, района, страны со всевозможными наглядными материалами: картами, фотографиями, ви-

деороликами, комментариями департаментов здравоохранения, сейсмологов, экологов, представителей местных туристических предприятий. То же самое касается и непострадавших районов. Во-вторых, увеличение количества сообщений в блогах нанятых журналистов-путешественников о туризме в непострадавших районах, а также об активном восстановлении пострадавших мест. В-третьих, спонсорство каких-либо мероприятий в месте происшествия, а также проведение пресс-тура для журналистов в пострадавшей от форс-мажора стране, чтобы они могли своими глазами увидеть, что цело и невредимо, а что нет и как идет процесс восстановления.

В России нужно представить непострадавшие районы страны, где произошел форс-мажор, и саму компанию на ближайших туристических выставках и ярмарках, а также организовать специальные мероприятия, касающиеся нуждающейся в восстановлении репутации страны (например, организация дней культуры, традиций, кулинарии этой страны) или типа форс-мажора (например, организация тематических вечеров с чаепитиями и лекциями, видео- и фотопрезентациями и рассказами очевидцев о самых сильных землетрясениях/извержениях вулканов/цунами в мировой истории в привязке к случившемуся).

Когда затраченные усилия будут вознаграждены и первая группа туристов отправится в пострадавший регион, следует организовать для них торжественную встречу (с подарками, шоу) и распространить соответствующее сообщение, подкрепленное видео- и фотоматериалами, в СМИ и социальные медиа.

С течением времени компания ни в коем случае не должна забывать о произошедшем форс-мажоре, так как демонстрация памяти о случившемся (100 дней, полгода, год со дня катастрофы) является хорошим способом поддержания лояльности клиентов, а также информационным поводом для напоминания о себе. «Юбилейные» даты катастроф с удовольствием отмечают журналистами, но иногда следует им об этом напомнить: разослать в СМИ пресс-релизы с подборкой фактов о случившемся, информацией о восстановлении, о незатронутых районах. Подобные же сообщения следует разослать и в социальные медиа, а также снять короткий документальный фильм из кадров о случившемся, о кризисных мерах, с вставками комментариев руководителя организации и различных авторитетных людей. Видео запускается вирусно в социальных медиа. Оно должно быть ненавязчивым и не должно напрямую рекламировать организацию.

Рекламное направление в период после форс-мажора включает в себя работу с туристами и с тур-партнерами. Для потенциальных туристов запускается активная ТВ, радио-, печатная, наружная и интернет-реклама туристических возможностей пострадавшего направления, в ней идет сопоставление минимального риска (форс-мажор закончился) с огромными выгодами (шикарный и увлекательный отдых). Также хороший эффект будет иметь реклама с участием авторитетных лиц или статистики увеличивающегося количества туристических прибытий в это место (авторитет и коллективность хорошо действуют на россиян). Другой рекламный ход: перенос активности туристов, когда акцент в рекламе делается не на внешних красотах, которые временно пострадали и ещё не восстановлены, а на «внутренних» ценностях места (музеи, галереи). И ещё один вариант рекламы – ориентация на туристов с особыми интересами: путешественники

с индивидуальными интересами (дайвинг, археология, скалолазание) всё равно отправятся туда, где можно заняться их любимым хобби, – в том числе и на место недавнего форс-мажора, если там уже есть все условия для реализации их потребности. Главное – рассказать им об этих благоприятных условиях.

Что касается тур-партнеров, то стоит увеличить количество рекламных туров для туроператоров и менеджеров в страну, где произошел форс-мажор, чтобы они могли своими глазами увидеть, что цело и невредимо, а что нет и как идет процесс восстановления.

Также для обеих аудиторий (клиенты и тур-партнеры) следует регулярно издавать электронные брошюры с новостями о месте, где произошел форс-мажор, для e-mail рассылки (direct mail).

Следующее направление работы – стимулирование – хорошо действует на россиян, а также на полиактивные культуры, культуры с низкой степенью избегания неопределенности и культуры конкретных истин. В сотрудничестве с тур-партнерами необходимо разработать специальные ценовые предложения и пакеты (если выгода человеку кажется значительней риска, то он о нем просто предпочитает забыть) и запустить их активную рекламу – как традиционными способами, так и на корпоративном сайте и в социальных медиа. Также можно привлекать туристов дополнительными бонусами: к примеру, при приобретении тура продолжительностью 14 дней турист может получить бесплатное обслуживание еще на 2–3 дня; включение в комплексное обслуживание некоторых бесплатных дополнительных услуг. Другой вариант – создание новой туристической продукции: в каждой форс-мажорной ситуации можно найти изюминку, интересную любителям экстремального отдыха, – например, организовать туристическую экскурсию на место форс-мажора (например, к потухшему вулкану). Кроме того, популярны будут конкурсы и викторины с главным призом в виде поездки в восстанавливающую имидж страну/регион. Решившихся поехать в страну происшествия туристов, а также местных жителей можно стимулировать выкладывать свои фото не пострадавших районов в социальные медиа (и сделать синхронизацию с кризисным сайтом), организуя, например, конкурс на лучшую фотографию.

Отдельно стоит отметить, что стимулировать нужно не только туристов, но и сотрудников организации (премии за проделанную кризисную работу, рекламные туры, дополнительные отпуска), ведь без их слаженной и тяжелой работы результат произошедшего форс-мажора для репутации компании, возможно, был бы абсолютно другим.

Последнее направление – BTL маркетинг – хорошо действует на культуры с высокой скоростью распространения информации, в том числе на россиян. Здесь можно использовать технологию Life Placement и слухов: разговоры специально нанятых людей в общественных местах о посещении места форс-мажора и прекрасном отдыхе там, забавные флэш-мобы. Таким образом, происходит намеренное порождение позитивных слухов и обсуждений, а люди в кризисной ситуации больше верят неофициальным источникам (т.е. слухам), чем официальным. Второй рекомендуемый BTL инструмент – Product Placement: можно попробовать договориться о проведение съемок какого-либо ближайшего фильма/развлекательной программы/реалити-шоу в нетронутом регионе страны, пострадавшей от форс-мажора.

Таким образом, нами была разработана и описана оптимальная модель кризисных коммуникаций, ориентированная на преодоление отечественными предприятиями туристической сферы форс-мажорных ситуаций (рис.1). Естественно, форс-мажорные ситуации бывают разные: социальные, природные, техногенные. Кроме того, каждый форс-мажор сам по себе уникален. И, более того, предприятия туристической сферы, которых может коснуться форс-мажор, также значительно отличаются друг от друга: это и авиакомпании, и отели, и туроператоры, и мелкие турфирмы, и государственные маркетинговые туристические предприятия, и многие другие.

Встает вопрос: как эта модель может подходить всем им и во всех форс-мажорных ситуациях? Данная модель – это теоретическая конструкция, некая схематизированная и идеализированная форма. Она включает в себя максимум всевозможных принципов, средств, приемов и технологий организации эффективных кризисных коммуникаций в туристической сфере, объединенных в некий общий алгоритм и последовательность действий, необходимые для успешного преодоления отечественными предприятиями туристической сферы форс-мажорных ситуаций. Её цель – служить образцом для сравнения идеализированной формы с эмпирической действительностью и для выстраивания на её основе конкретных кризисных коммуникаций конкретным туристическим предприятием в конкретной форс-мажорной ситуации. Также стоит заметить, что кризис, против которого мы тщательно выстраивали «оборону» в ходе данной статьи, может и не потребовать столь масштабных действий, если он будет нести положительный смысл в рассматриваемом нами туристическом контексте. Объяснение этому можно найти в идее нарастания онтологической неопределённости в обществе позднего модерна (Э. Гидденс, У. Бек, С. Лэш, Л.Г. Ионин).

С одной стороны, человек позднего модерна защищён целым набором «страховочных сеток» (система социального страхования, общий рутинный характер большинства повседневных практик), с другой, существует дефицит как онтологических смыслов, так и гарантий стабильности основных базовых процессов и отношений (неустойчивость семейно-брачных отношений, отказ от системы пожизненных контрактов на работе, географическая мобильность, возможность выбора альтернативных жизненных стилей и необходимость нести личную ответственность за выбор).

Пакетный тур – это и осуществление всеобщего (базового) желания вырваться из рутины и одновременно желания сбросить с себя на время тура всяческую ответственность, потому что во время поездки ничего не нужно решать самому, кроме лёгких и приятных вещей. Отсюда двойственность кризисных ситуаций: рутинность преодолевается в квадрате и возникают две возможности: разрушение услуги и придание ей дополнительного бонуса, превращение происшествия в приключение, своего рода коммерческий продукт. Поэтому следует помнить, что каждый конкретный форс-мажор перед использованием по отношению к нему описанной в статье кризисной политики должен рассматриваться и оцениваться отдельно, применительно к ситуации и его участникам, ведь, быть может, в вашем случае катастрофа способна превратиться в уникальный товар.

Литература

1. Покровский Н.Е., Черняева Т.И. Туризм: от социальной теории к практике управления: учебник. М.: Университетская книга; Логос, 2008. 424 с.
2. Всемирная туристская организация [Эл. ресурс]. – URL: http://www.unwto.org/index_r.php (дата обращения: 12.02.2014).
3. Annual Disaster Statistical Review 2012: The Numbers and Trends // Publications // Centre for Research on the Epidemiology of Disasters CRED [Эл. ресурс]. – URL: http://cred.be/sites/default/files/ADSR_2012.pdf (дата обращения: 12.02.2014).
4. Munich Re Group [Эл. ресурс]. – URL: <http://www.munichre.com> (дата обращения: 12.02.2014).
5. Swiss Re [Эл. ресурс]. – URL: www.swissre.com (дата обращения: 12.02.2014).
6. овалевский А., Климентьев Г. Туроператоры извергли убытки // Газета.ру [Эл. ресурс]. – URL: <http://www.gazeta.ru/business/2010/04/23/3356819.shtml> (дата обращения: 21.02.2014).
7. Марков А. Итоги лета 2013 – считаем цыплят! // ПРО туризм [Эл. ресурс]. – URL: <http://proturizm.com/blog/articles/itogi-leta-2013-schitaem-cypljat.html> (дата обращения: 21.02.2014).
8. Столяр В.Ю. Доверие как феномен социально-экономической реальности // Научная библиотека диссертаций и авторефератов disserCat [Эл. ресурс]. – URL: <http://www.dissercat.com/content/doverie-kak-fenomen-sotsialno-ekonomicheskoi-realnosti#ixzz2u3Fikva> (дата обращения: 22.02.2014).
9. Barbalet J.M. Emotion, Social Theory and Social Structure: A Macrosociological Approach. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. 210 p.
10. Гавра Д.П. Особенности коммуникации в ситуациях общественно-политических и экономических кризисов, техногенных катастроф [Авторский семинар]. Томск, Томский государственный университет, 28.11.2010.
11. Гавра Д.П. Современные технологии социальных коммуникаций [Авторский семинар]. Томск, Томский государственный университет, 26.11.2010.
12. Mitroff I. Managing crises before they happen. AMACOM, 2000. 172 с.
13. Regester M. Risk Issues and Crisis Management in Public Relations. Kogan Page Ltd, 1995. 157 с.
14. Авдошина З.А. Антикризисное управление: сущность, диагностика, методики // Менеджмент // Корпоративный менеджмент [Эл. ресурс] – 1998–2011. – URL: http://www.cfin.ru/management/antirecessionary_managment.shtml (дата обращения: 12.02.2014).
15. Ильин И. Сущность и своеобразие русской культуры. М.: Правда, 1996. 171 с.
16. Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию: пер. с англ. М.: Дело, 1999. 440 с.
17. Ольшевский А.С. Антикризисный PR и консалтинг. СПб.: Питер, 2003. 432 с.
18. Федотова М.Г. Связи с общественностью как антикризисный менеджмент: учеб. пособие. Омск: Изд-во ОмГТУ, 2009. 64 с.
19. Чумиков А.Н. Управление кризисными ситуациями. М.: Библиотека коммуникационной группы «Византия», 2000. 29 с.

Mozhaeva Renha Polina N. Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation)

MODEL OF CRISIS COMMUNICATIONS FOR OVERCOMING FORCE MAJEURE SITUATIONS IN THE TOURISM SPHERE

Key words: crisis communications, force majeure, tourism sector, PR, social media.

In the XXI century tourism has become the most dynamic sector of international business, however during last time it faces serious difficulties: growth of number of natural and technogenic disasters, political and social force majeurs entails significant losses for the tourism sector enterprises. In such circumstances they face very difficult tasks: to prevent panic among tourists, to calm them, to keep their trust, provide real assistance and to fulfill their legal obligations. However, the vast majority of Russian tourism enterprises is not engaged in the solution of these tasks. Perhaps because it requires a special, different from daily, work with the target audiences, namely - the development and implementation of crisis communication program. Based on the hypothesis that the development of an optimal model of crisis communication in the tourism sector should be carried out taking into account, firstly, the specifics of tourism marketing, PR and advertising, and secondly, psychological and cultural features of perception and reaction of representatives of the different cultures in crisis situations, the author has developed such model, which is described in this article.

The model consists of three major blocks of crisis communications, allocated on the basis of the time factor: before force majeure, at the time of beginning and during the force majeure; immediately after the force majeure. Each block is divided into parts according to the subject or the time of necessary actions.

Work on the first phase, which is called "Before force majeure", should be conducted in six directions: the formation of a crisis team and resources, creation of a crisis plan, establishing and maintaining of contacts, work in social media, the overall image and reputation activity and monitoring.

Upon the occurrence of force majeure work is divided on the basis of temporary factors: the necessary actions in the first 1.5 hours, 4-6 hours, 24 hours, and in the following days.

After the end of force majeure crisis work in the company does not finish and conducts in four directions: public relations, advertising, promotion and BTL marketing.

The article also presents the opportunities and prospects for the application of the developed model in the Russian tourist practice.

References

1. *Pokrovskij N.E., Chernyaeva T.I.* Turizm: ot social'noj teorii k praktike upravleniya: uchebnik. M.: Universitetskaya kniga; Logos, 2008. 424 s.
2. *Vsemirnaya turistskaya organizaciya* [El. resurs]. – URL: http://www.unwto.org/index_r.php (data obrascheniya: 12.02.2014).
3. *Annual Disaster Statistical Review 2012: The Numbers and Trends* // Publications // Centre for Research on the Epidemiology of Disasters CRED [El. resurs]. – URL: http://cred.be/sites/default/files/ADSR_2012.pdf (data obrascheniya: 12.02.2014).
4. *Munich Re Group* [El. resurs]. – URL: <http://www.munichre.com/> (data obrascheniya: 12.02.2014).
5. *Swiss Re* [El. resurs]. – URL: www.swissre.com (data obrascheniya: 12.02.2014).
6. *Kovalevskij A., Kliment'ev G.* Turoperatory izvergli ubytki // *Gazeta.ru* [El. resurs]. - URL: <http://www.gazeta.ru/business/2010/04/23/3356819.shtml> (data obrascheniya: 21.02.2014).
7. *Markov A.* Itogi leta 2013 - schitaem cyplyat! // PRO turizm [El. resurs]. - URL: <http://proturizm.com/blog/articles/itogi-leta-2013-schitaem-cypljat.html> (data obrascheniya: 21.02.2014).
8. *Stolyar V.Yu.* Doverie kak fenomen social'no-ekonomicheskoy real'nosti // Nauchnaya biblioteka dissertacij i avtoreferatov disserCat [El. resurs]. – URL: [http://www.dissercat.com/content/doverie-kak-fenomen-sotsialno-ekonomicheskoi-realnosti](http://www.dissercat.com/content/doverie-kak-fenomen-sotsialno-ekonomicheskoi-realnosti#ixzz2u3Fifkva) (data obrascheniya: 22.02.2014).
9. *Barbalet J.M.* Emotion, Social Theory and Social Structure: A Macrosociological Approach. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. 210 s.
10. *Gavra D.P.* Osobennosti kommunikacii v situacijah obschestvenno-politicheskikh i ekonomicheskikh krizisov, tehnogennykh katastrof [Avtorskij seminar]. Tomsk, Tomskij gosudarstvennyj universitet, 28.11.2010.
11. *Gavra D.P.* Sovremennye tehnologii social'nyh kommunikacij [Avtorskij seminar]. Tomsk, Tomskij gosudarstvennyj universitet, 26.11.2010.
12. *Mitroff I.* Managing crises before they happen. AMACOM, 2000. 172 s.
13. *Regester M.* Risk Issues and Crisis Management in Public Relations. Kogan Page Ltd, 1995. 157 s.
14. *Avdoshina Z.A.* Antikrizisnoe upravlenie: suschnost', diagnostika, metodiki // Menedzhment // Korporativnyj menedzhment [El. resurs] – 1998–2011. – URL: http://www.cfin.ru/management/antirecessionary_management.shtml (data obrascheniya: 12.02.2014).
15. *Il'in I.* Suschnost' i svoeobrazie russkoj kul'tury. M.: Pravda, 1996. 171 s.
16. *L'yuis R.D.* Delovye kul'tury v mezhdunarodnom biznese. Ot stolkoveniya k vzaimoponimaniyu: per. s angl. M.: Delo, 1999. 440 s.
17. *Ol'shevskij A.S.* Antikrizisnyj PR i konsalting. SPb.: Piter, 2003. 432 s.
18. *Fedotova M.G.* Svyazi s obschestvennost'yu kak antikrizisnyj menedzhment: ucheb. posobie. Omsk: Izd-vo OmGTU, 2009. 64 s.
19. *Chumikov A.N.* Upravlenie krizisnymi situacijami. M.: Biblioteka kommunikacionnoj grupy «Vizantiya», 2000. 29 s.

УДК 316.334.56

Е.В. Сухушина, А.Ю. Рыкун, Н.П. Погодаев

ГОРОДСКОЕ ПРОСТРАНСТВО – ОПЫТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Представлены результаты двух исследований городского пространства. Первое исследование посвящено поиску составляющих привлекательности Томска. Элементы, определяющие специфику города, ищутся как в объективных факторах городской среды, например в памятниках городской архитектуры, так и в субъективных, в частности в особой атмосфере города. Второе представленное исследование было направлено на изучение уровня комфортности городской среды, с точки зрения томского студенчества, и экономического веса этой категории населения в развитии инфраструктуры города. За исходную посылку была взята мысль, что студенческая молодёжь через приоритеты потребления формирует городское пространство. Представлен сравнительный анализ восприятия различных элементов, составляющих городскую инфраструктуру, студентами различных вузов Томска, а также студентами-томиками и иногородними.

Ключевые слова: комфортность городской среды, городская атмосфера, восприятие студентов, теория поколений.

Роль окружающей среды в современном мире значительно изменилась – местность, в которой мы живем, стала не просто внешней окружающей средой, а особым элементом, структурирующим жизнь современного человека. Изменение влияния фактора окружающей среды (принимая многообразие определений окружающей среды, стоит уточнить, что в данной статье речь пойдет о городской среде) связано как с изменением аудитории, так и с изменениями самой городской среды. Анализ изменения влияния этого фактора можно трансформировать в вопрос «Каковы особенности восприятия городского пространства современными горожанами?». Ответы на этот вопрос целесообразно искать в двух направлениях – в содержательных изменениях как горожан, так и городского пространства.

Для представления изменения жителей целесообразно использовать так называемую теорию поколений, согласно которой люди, принадлежащие к разным поколениям, имеют разные ценности, которые и определяют их поведение. В настоящее время наиболее активными слоями населения являются поздние представители «поколения бэби-бумеров» (г.р. поколения 1943–1963), «поколение X» (г.р. 1963–1983), все более активным становится поколение «Y» (г.р. 1983–2003). Остановимся подробнее на поколении X, потому что именно оно, с одной стороны, обладает возможностью формировать городское пространство, а с другой, является экономически наиболее активным его потребителем. Главными ценностями представителей этого поколения являются готовность к изменениям, мобильность, возможность выбора, глобальная информированность, техническая грамотность, индивидуализм, стремление учиться в течение всей жизни, неформальность взглядов, поиск

эмоций, возможность получения нового опыта, прагматизм, надежда на себя. Для таких людей внешняя среда, среда обитания становится важным элементом, определяющим качество жизни, и среда проживания для них становится моментом выбора. Ярким представителем данного поколения является креативный класс в концепции Р. Флориды – люди, для которых комфортная внешняя среда, открытая, толерантная, свободная, является обязательным условием эффективной работы и которые готовы менять место жительства в поисках именно такой среды. У «поколения У» роль среды обитания в уровне комфортности жизнеустройства усиливается – его представители еще более мобильны (в силу развития техники и интернет-среды они растут в ситуации зримой доступности всего мира), а также для них характерна установка: «все – и работа, и обучение, и процесс потребления – может и по возможности должно носить развлекательный характер». Таким образом, ракурс рассмотрения городской среды меняется – уже не город создает нового человека, а человек формирует новую городскую среду. В настоящее время существует множество способов делать это – участие в деятельности официальных структур, занимающихся обустройством городского пространства, формирование неформальных гражданских инициатив с проектными предложениями, наиболее простыми способами являются выбор/не выбор той или иной предлагаемой городским пространством социальной практики.

В рамках данной статьи представлены результаты двух исследований, в которых поднимался вопрос об удобстве, комфортности г. Томска.

Объектом первого исследования являлись томичи, целью исследования было выявить элементы привлекательности г. Томска. Исследование проводилось в марте 2012 г. и носило разведывательный характер, поэтому в анализе результатов можно говорить лишь о каких-то тенденциях, но нельзя представить надежные количественные показатели.

Согласно его результатам приоритетными направлениями, с которыми связано будущее Томска, с точки зрения опрошенных, является образовательная деятельность и научное развитие.

Все респонденты указали на самобытность Томска, наличие у него особой уникальной атмосферы, однако некоторые из них отметили, что такая особая, уникальная атмосфера есть у любого города. Описанию данной атмосферы был посвящен открытый вопрос. Все полученные ответы можно разбить на две смысловые группы – в одной группе подчеркивается «молодой дух» данного города, в данном случае атмосфера описывается как «энергичная ... неорганизованная, шумная ... студенческая ... интеллигентно-молодежная». Вторая группа ответов определяет атмосферу г. Томска как старинную, мудрую, доброжелательную, спокойную, уютную. Внешнее противоречие этих двух смысловых ответов снимается, поскольку из контекста видно, что первая группа ответов связана с молодежной аудиторией, составляющей значительную часть населения г. Томска, а вторая – с внешней средой, прежде всего с архитектурой г. Томска.

Больше половины опрошенных регулярно пользуются культурными ресурсами города, среди них наиболее часто указывали – театры, музеи, культурные события. К перечню недостаточно развитых культурных объектов отнесли природные объекты («парки») и спортивные сооружения

(«бассейны, спортивные площадки»). Также около половины опрошенных считают, что в Томске проводится недостаточное количество массовых культурных мероприятий.

В ответах респондентов по поводу стереотипов восприятия г. Томска, наиболее часто отмечались два: первый – «Сибирь – холод – медведи» и второй – «Томск – провинциальный город», причем провинциальность отмечалась как в позитивном (старинный, малоэтажный город), так и в негативном смыслах (грязно, скучно, бескультурье).

Среди наиболее важных объектов культурного наследия г. Томска респондентами выделялись – деревянная архитектура, вузы и храмы. В качестве визитной карточки выделяли разные объекты: чаще всего встречался такой вариант ответа, как деревянная архитектура и вузы. Отдельно стоит отметить, что присутствовали и природные объекты и связанные с ними – река Томь, Университетская роща, Лагерный сад, камень основания Томска на Воскресенской горе.

Таким образом, большинство респондентов считают, что подлинная жизнь Томска гораздо глубже и разнообразнее, нежели его лубочный образ, предлагаемый порой туристам.

Среди задач второго исследования, проведенного в мае 2013 г., было изучение восприятия иногородними студентами Томска как места проживания и потенциала денежных средств, которые они здесь тратят. Исследование проводилось методом формализованного интервью по квотной выборке с учётом пола, курса, университета, а также региона или государства, откуда прибыл студент. Опрашивались студенты очной формы обучения шести томских университетов: Томского государственного университета (ТГУ), Томского политехнического университета (ТПУ), Томского университета систем управления и радиоэлектроники (ТУСУР), Сибирского государственного медицинского университета (СибГМУ), Томского государственного педагогического университета (ТГПУ), Томского государственного архитектурно-строительного университета (ТГАСУ). Общее количество опрошенных – 1060 человек, с учётом ремонта выборки доля обработанных анкет составила 990 штук.

Учитывая вес студенчества в социальной структуре Томска (студентом является каждый восьмой [12]), исследователи ставили своей задачей выяснить экономический вес этой категории населения. В силу своей поколенческой специфики студенческая молодёжь через приоритеты потребления совершенно определенным образом воздействует на формирование городского пространства. Являясь социальной группой с наиболее быстро меняющейся ментальностью, формирующей запросы на продукты и услуги в определенном ценовом диапазоне, студенчество является одним из важнейших акторов развития городского пространства Томска. При этом, не относясь в большинстве своём к разряду высокообеспеченных, студенты усиливают не нишу демонстрационного потребления, а голосуют своими деньгами за тот спектр товаров и услуг, который доступен людям относительно небольшого достатка, тех же бюджетников, которые в Томске представляют значительную часть населения. Это очень важно в условиях современного развития, когда, по справедливому замечанию Ольги Вендиной, «развитие городов всё в большей мере начинает определяться индивидуальными жизненными стратегия-

ми населяющих его людей», а не властью или бизнесом [3]. Причём речь идет о том, что студенты-инвесторы вкладывают свои деньги в развитие города через инвестиции «в самих себя, собственную жизнь» [3]. Именно эта роль участия населения вообще и студентов в частности в развитии городов через траты на собственное потребление характерна для постсоветского периода и отличает ситуацию от положения дел в советский период.

Исследование показало, что общая сумма расходов в месяц в среднем на одного студента составляет около 18 000 р. (17838 р.). Больше всего студенты тратят на еду и напитки – 4714 р. (что составляет 26 % от объема общих расходов), на одежду и обувь – около 3062 р. (17%) и на оплату жилья – 2391 р. (13%).

При определении трат на «образование» большая часть опрошенных затруднилась оценить этот тип расходов, а среди ответивших больше всего оказалось тех, кто тратит от одной до четырёх тысяч рублей – 47%. Лишь 6% тратит более одиннадцати тысяч.

Затруднения в оценке средних трат в месяц вызвали и такие статьи расходов, как «медицинское обслуживание» и «товары длительного пользования». На медицинское обслуживание от одной до четырех тысяч рублей тратят 56% студентов, а ту же сумму за товары длительного пользования – 44%. На оплату досуга 75% опрошенных тратят от одной до четырех тысяч в месяц.

Расходование средств сопряжено с взаимодействием студентов с теми или иными городскими структурами, предоставляющими товары и услуги, и их оценкой. Поэтому одной из задач исследования был анализ привлекательности Томска и значимости тех или иных элементов в восприятии города.

Большинство студентов в целом любят Томск. Трети из них (34%) Томск очень нравится. Если к ним добавить ещё и тех, кому Томск «скорее нравится» (53%), то оказывается, что 87% студентов в целом хорошо относятся к городу. Тех, кому Томск в той или иной степени не по душе, – всего 9%, и 4% респондентов не смогли определить своё отношение к городу.

Примечательно, что разница между студентами-томичами и приезжими едва заметна. В принципе томичи выступают несколько большими поклонниками города: 35% город очень нравится, а 50% – скорее нравится. То есть 85% симпатизируют Томску. Что касается иногородних, то Томск очень нравится 34%, а скорее нравится – 53% студентов. И, наконец, что касается иностранных студентов, то 30% из них Томск очень нравится, а 57% – скорее нравится. В итоге те же 87% симпатизантов, что и среди иногородних. Но в то же самое время заметна определенная тенденция в распределении тех, кому Томск очень нравится, и тех, кому он более-менее симпатичен. Именно среди студентов-томичей больше всего тех, кому город очень нравится (35%). Далее этот показатель идет на убыль – среди иногородних беззаветных поклонников Томска 34%, а среди иностранцев и того меньше – 30%. И, естественно, обратная тенденция по числу тех, кому Томск симпатичен в той или иной степени, кому он «скорее нравится».

С определенной долей вероятности выявленные небольшие отличия в восприятии Томска студентами-томичами и приезжими сводятся, возможно, прежде всего, к укорененности первых и более поверхностным взглядом на Томск приезжих, а также с их возможностью сравнивать Томск с иными городами и условиями проживания в них. За этим, банальным на первый

взгляд, выводом стоит разный уровень освоения студентами-томичами и приезжими богатейших семантических конструкций Томска, на основании чего и теми и другими отбираются наиболее значимые аспекты и объекты жизни города. Если в основе «образа города» лежит идея единства, взаимообусловленности среды и образа жизни, то, конечно же, палитра восприятия города студентами-томичами более насыщена, нежели восприятие Томска приезжими, выхватывающими, как правило, лишь те фрагменты городской жизни, которые актуальны для них в данной конкретной ситуации учебы в Томске.

Анализ оценки студентами разных сфер жизни города по пятибалльной шкале показывает, что ни одна из них не попадает в число «отличников». Высшую оценку (4,2 балла) набирает возможность получения образования в Томске. Это говорит о мотивированности на образование данной части молодёжи и о том, что студенты в целом рассматривают получаемое в Томске образование как хорошую основу своей дальнейшей жизни. Их удовлетворенность образовательными услугами составляет в среднем 84%. При выборе места жительства и работы этот фактор окажет сильное влияние на 61% будущих выпускников; на 30% – повлияет, но не сильно и лишь на 7% не окажет никакого влияния при выборе будущего места жительства и работы.

Среди студентов-томичей на 4–5 баллов образовательный потенциал Томска оценивают 72% респондентов, на 3 балла – 14%, а на 1–2 балла – 12% опрошенных. Среди иногородних студентов престиж образовательного потенциала Томск ещё выше: на 4–5 баллов его оценивает 80%, на 3 балла – 10%, на 1–2 балла – 7% респондентов. И, наконец, среди студентов-иностранцев на 4–5 баллов образовательный потенциал Томска оценивают 88%, на 3 балла – 8%, на 1–2 балла – 4%.

Наиболее низкую оценку получает не та или иная социальная сфера Томска, а природная составляющая – климат, набравший 2,6 балла. Прежде всего, обращает на себя внимание чрезвычайно высокая включенность студентов в данную проблему – с ответом затруднился лишь 1% респондентов. Климат рассматривается как важное условие при выборе места жительства и работы третью студентов (33%), для пятой части (20%) он не имеет значения. На выбор 45% опрошенных климат влияет, но не сильно. Естественно, что более терпимы к томскому климату студенты-томичи – 25% из них оценивают местный климат на 4–5 баллов, 28% – на 3 балла и 44% – на 1–2 балла. Несмотря на свой физический характер, климат, безусловно, имеет и социальную проекцию. Чтобы остаться жить в этом неблагоприятном климате после учебы, нужны какие-то уравнивающие преимущества города, связанные с производственной и социальной сферами. Причем те, которые относятся к числу наиболее важных для молодёжи.

Но следующей сферой из числа получивших наиболее низкий показатель (2,6 балла) является возможность получения (покупки) жилья в Томске. Лишь 18% респондентов оценивают эту возможность на 4–5 баллов, 26% – на 3 балла и 43% – на 1–2 балла. 12% респондентов не смогли оценить свой потенциал в этой сфере. При этом для 77% студентов этот фактор очень важен при выборе места жительства и работы. Значимого отличия среди трёх категорий

(томичи, иногородние, иностранцы) по поводу оценки возможности получения (приобретения) жилья нет.

Несколько выше (на 3,3 балла) оценивается доступность аренды квартиры. Здесь меньше количество затруднившихся с ответом – 8%. 34% респондентов оценивают доступность аренды квартиры на 4–5 баллов, 30% – на 3 балла и 28% – на 1–2 балла. Примерно для половины студентов (52%) этот фактор сильно влияет на выбор места жительства и работы; приблизительно для трети (32%) – влияет, но не сильно; для 11% – не влияет на выбор места жительства и работы.

Анализируя отношение студентов к значимости приобретения и аренды жилья, можно сделать вывод, что ментально они в большей степени ориентированы на получение или приобретение жилья в собственность, а не на проживание в арендуемом жилье. Это свидетельствует, во-первых, о превалировании сформировавшейся в советский период установки на обретение жилья как важнейшей доминанты социального обустройства человека. Во-вторых, позволяет предположить, что накопление средств на приобретение жилья, использование заёмных средств (ипотеки и других вариантов) будут в числе приоритетных в бюджете будущих специалистов. В-третьих, характеризует некие «провинциалистские» установки значительной части нынешних студентов томских вузов (квартира как едва ли не главная ценность, отсутствие традиции в родительских семьях по смене жилья применительно к месту работы). В-четвертых, может рассматриваться как следствие пониженной мотивации молодёжи к территориальной мобильности. Условиями последней является наличие инфраструктуры, позволяющей без проблем арендовать жилье при смене работы, и ментальная готовность молодёжи к подобным событиям как неотъемлемой характеристике «дорожной карты» дальнейшей социализации и профессионализации. Ни тот, ни другой фактор, скорее всего, ещё не стали атрибутом социальной реальности молодёжи России за исключением жителей Москвы и, возможно, Санкт-Петербурга.

Не в восторге студенты и от качества жилья: большинство – 62% считают, что жилье в Томске среднего качества, 14% – что жилье низкого качества и лишь 3% студентов считают, что жильё в Томске высокого качества. Более пятой части респондентов (21%) не смогли оценить качество жилья в городе, что говорит об относительно невысокой включенности студентов в эту проблему.

Социальное пространство воспринимается студентами и с точки зрения его «глубины», т.е. возможности реализации в Томске профессиональных компетенций и социальных притязаний людьми, получившими университетский диплом.

По мнению студентов, перспективам выпускников университетов уступают их шансы получить хорошее образование по следующей нисходящей: интересная работа, карьера, зарплата. Даже возможность найти интересную работу (3,5 балла) достаточно далеко отстоит от оценки возможности получения образования в Томске (4,2 балла). Ещё ниже стоит возможность сделать карьеру – 3,3 балла и размер будущей зарплаты – 3,2 балла.

Свой шанс после окончания университета найти интересную работу на 4–5 баллов оценивают 39% студентов, на 3 балла – 31%, на 1–2 балла – 20%. 9%

затруднились ответить. При выборе места жительства и работы этот фактор окажет сильное влияние на 75% студентов.

Шанс сделать карьеру на 4–5 баллов оценили 32% респондентов, на 3 балла – 33% и на 1–2 балла – 27%. 7% респондентов затруднились с ответом. При этом именно возможность сделать карьеру является фактором, который рассматривается большей частью студентов в качестве наиважнейшего при выборе места жительства и работы – для 79% этот фактор сильно влияет на выбор места жительства и работы.

С оптимизмом на размер будущей зарплаты, оценивая свою уверенность в 4–5 баллов, смотрят лишь 17% студентов, на 3 балла ситуацию оценивают 38%, а на 1–2 балла – 30% студентов. Здесь и больше всего в этом блоке тех, кто не смог оценить свои перспективы в этой сфере, – 14%. Отношение к размеру будущей зарплаты во многом схоже с отношением студентов к возможности вышеупомянутого карьерного роста. Так, 76% студентов считают, что этот фактор сильно влияет на выбор места жительства и работы, 19% считают, что влияет, но не сильно, и лишь 3% заявили, что размер будущей зарплаты не повлияет на их выбор места жительства и работы.

Все остальные сферы жизнедеятельности Томска оцениваются студентами между 4 и 3,2 балла. Наиболее благополучной из них им представляется сфера продовольственного обеспечения через существующую сеть продовольственных магазинов и сфера услуг (парикмахерские, банки, ремонт). Только эти две сферы достигли планки ровно в 4 балла.

Сеть продовольственных магазинов 75% респондентов оценили на 4–5 баллов, 15% – на 3 балла и лишь 8% – на 1–2 балла. При этом лишь 27% студентов говорят о том, что качество сети продовольственных магазинов сильно повлияет на их выбор места жительства и работы. Для 50% этот фактор, если и значим, то не очень, а для 21% он не имеет значения при выборе места жительства и работы.

Сферу услуг (парикмахерские банки, ремонт) 72% оценила на 4–5 баллов, 17% – на 3 балла и лишь 8% – на 1–2 балла. Чуть больше четверти студентов (26%) говорят, что качество сферы услуг сильно повлияет на их выбор будущего места жительства и работы. Для 47% этот фактор если и значим, то не очень. А для 25% студентов не имеет значения при выборе места жительства и работы.

Несколько отстает от этого показателя оценка сети универсальных магазинов (одежды, бытовой техники) – 3,8 балла. 67% респондентов оценили её на 4–5 баллов, 19% – на 3 балла, 12% – на 1–2 балла. Лишь 1% респондентов не смог дать оценки данной сферы. Для 23% студентов этот показатель может сильно повлиять на выбор места жительства и работы, для 49% повлияет, но не сильно, и для 26% не повлияет на выбор места жительства и работы.

Ещё ниже сети универсальных магазинов оцениваются возможности для воспитания детей – 3,7 балла. Явно оптимистической данную оценку ситуации не назовёшь, но и полностью пессимистической – тоже. 46% респондентов оценивают её на 4–5 баллов, 29% – на 3 балла и 15% – на 1–2 балла. 11% респондентов не смогли оценить эту позицию. При выборе места жительства и работы этот фактор окажет сильное влияние на 67% студентов, на 23% – повлияет, но не сильно, и лишь на 7% студентов возможности для воспитания детей не повлияют на выбор места жительства и работы.

Прослеживается более пессимистическая оценка этой сферы студентами-томичами, что связано, скорее всего, с их более глубокими представлениями о реальной ситуации в Томске с детскими садами и другими учреждениями дошкольного и внешкольного воспитания детей. Оптимизм приезжих связан, вероятно, с экстраполяцией впечатлений от томских университетов на сферу дошкольного и школьного образования в Томске.

Особенность этой позиции ещё и в том, что опыт студентов в данной сфере относительно других сфер жизни людей их возраста невелик. Так, детские дошкольные учреждения (ясли и детские сады) готовы оценить лишь 37% респондентов. При этом 16% из них оценивают эту сферу на 4–5 баллов, 14% – на 3 балла и 6% – на 1–2 балла.

Детские клубы и спортивные школы способны оценить 44% респондентов. В том числе 29% оценивают их на 4–5 баллов, 11% – на 3 балла и 4% – на 1–2 балла. При оценке этой позиции, безусловно, очень большое значение имеет включенность в городскую инфраструктуру с раннего детства, впечатления родителей, братьев и сестёр. Приезжие гораздо меньше знакомы с реалиями этой сферы Томска. Школы, гимназии и лицеи способны оценить 45% студентов. При этом 27% оценивают на 4–5 баллов, 13% – на 3 балла и 5% – на 1–2 балла.

Уютность Томска студенты оценивают в 3,7 балла, при общей высокой включенности в проблему – с ответом затруднилось лишь 2% респондентов. 65% оценили данную характеристику Томска на 4–5 баллов, 23% – на 3 балла и лишь 10% – на 1–2 балла. При выборе места жительства и работы этот фактор окажет на 43% студентов сильное влияние, на 45% – повлияет, но не сильно и, наконец, никак не повлияет на 10% студентов.

Иностранцами и иногородними студентами уютность Томска оценивается более высоко – видимо, сказывается локус преимущественного обитания студентов, особенно приезжих, – они живут и проводят свободное время в исторической, наиболее ухоженной части города, где расположена большая часть университетских корпусов и общежитий. Студенты-томичи, живущие в разных, в том числе и весьма неухоженных, частях города, относятся к рассматриваемому показателю более критически.

Но транспортные схемы (удобство добираться до места) оцениваются ниже общего облика уютного города и только в 3,4 балла. При очень высокой включенности в проблему – с ответом затруднился лишь 1% респондентов – 53% оценили транспортные схемы на 4–5 баллов, 29% – на 3 балла и 17% – на 1–2 балла. При выборе места жительства и работы этот фактор окажет сильное влияние на 46% студентов, повлияет, но не сильно на 41% и никак не повлияет на 11% студентов. В данном вопросе также наблюдается, что студенты-томичи более критически относятся к городскому транспорту. Более лестные оценки приезжих студентов связаны, скорее всего, с тем, что они живут в общежитиях или снимают квартиры недалеко от университетов. Им гораздо реже приходится добираться к месту учебы из отдаленных районов Томска, попадать в пробки, испытывать на себе прочие несовершенства транспортных коммуникаций Томска.

Возможности для отдыха оцениваются респондентами в 3,2 балла. 39% респондентов оценивают эту сферу на 4–5 баллов, 33% – на 3 балла и 25% –

на 1–2 балла. При выборе места жительства и работы этот фактор окажет сильное влияние на 37% студентов, повлияет, но не сильно на 47% и никак не повлияет на 13% студентов. Здесь вновь обращает на себя внимание то, что среди студентов-томичей меньше довольных и больше недовольных возможностями для отдыха, нежели среди приезжих студентов.

Точно так же в самом низу оценочной шкалы оказываются два очень важных и тесно взаимосвязанных показателя – «уровень медицины» и «экологическая обстановка». Оба они набрали лишь по 3,2 балла.

На 4–5 баллов уровень медицины оценивают 33% респондентов, на 3 балла – 32% и на 1–2 балла – 27% респондентов. 7% не смогли оценить ситуацию. При выборе места жительства и работы этот фактор окажет сильное влияние на 54% студентов, на 35% окажет, но не сильное и никак не повлияет на 7% студентов. Наибольший разрыв здесь между теми, кто негативно оценивает качество и частных и муниципальных медицинских услуг. Если частными медучреждениями недовольны 6% респондентов, то качеством услуг муниципальных медучреждений недовольны 26% студентов. Количество тех, кто доволен частной медициной, примерно лишь в два раза превышает количество тех, кто доволен медициной муниципальной. При этом исследование подтверждает очевидный факт, что студенты более знакомы с муниципальной медициной. Лишь 9% из них затруднились с оценкой бюджетных медицинских учреждений. Что касается услуг частной медицины, то здесь не смогли дать оценку уже 25% респондентов.

Что касается экологической обстановки в Томске, то обращает на себя внимание высокая включенность студенческой молодежи в эту проблему – её не смогли оценить лишь 3% респондентов. 41% оценивает экологическую обстановку на 4–5 баллов, 37% – на 3 балла и 19% – на 1–2 балла. При выборе места жительства и работы этот фактор окажет сильное влияние на 45% студентов, ещё на 41% повлияет, но не сильно, и лишь 10% студентов при выборе места жительства и работы не будут принимать экологический фактор в расчет.

Результаты демонстрируют, что студенты-томичи более критически настроены по поводу экологической ситуации в Томске. Видимо, живя в семьях, они больше включены в обсуждение экологических проблем – будь то прошлые истории с опасным производством на СХК, выбросом радиоактивных компонентов на этом предприятии, периодически возникающий запах со стороны Томского свиного комплекса, перспективы строительства в Северске атомной электростанции и так далее. Приезжие, особенно студенты-иностранцы, более далеки от осмысления этих проблем ещё и потому, что не рассматривают, возможно, Томск, как место своего постоянного проживания после окончания учебы в университете.

Таким образом, моментами наибольшего напряжения жизни студентов в Томске, помимо климатических условий, являются проблематичность обретения после окончания учёбы крыши над головой и невысокое качество окружающей среды и медицинского обслуживания.

Такую переменную, как благожелательность населения, нельзя естественно, ставить в один ряд с анализируемыми институтами социальной сферы в силу её не материально-организационного, а духовно-нравственного свой-

ства. Но данная ценность, безусловно, оказывает влияние на формирование молодёжью своей «дорожной карты» поствузовской перспективы. Так вот благожелательность населения оценивается невысоко – лишь на 3,5 балла. При этом лишь немногим более половины респондентов (52%) оценивают её на 4–5 баллов, чуть менее трети (31%) – на 3 балла и 15% – на 1–2 балла. Для города с мифологемой «старого университетского центра» это малоутешительный расклад. При выборе места жительства и работы этот фактор окажет сильное влияние примерно на четверть (26%) будущих молодых специалистов, на более чем половину (54%) будущих выпускников этот фактор повлияет, но не сильно и на выбор 18% не повлияет вовсе.

Обращает на себя внимание значительный разрыв между мнением студентов-томичей и приезжих студентов (среди томичей на 4–5 баллов благожелательность населения оценивают 36% респондентов, на 3 балла – 42%, на 1–2 балла – 18%, среди иногородних студентов на 4–5 баллов оценивают 54%, на 3 балла – 28%, на 1–2 балла – 14%, среди студентов-иностранцев на 4–5 баллов оценивают 58%, на 3 балла – 26%, на 1–2 балла – 14%). Последние благожелательность населения оценивают более высоко. Возможно, это связано с тем, что они меньше погружены в быт, меньше сталкиваются с населением, так как живут большей частью в общежитиях.

Что касается оценки студентами работы городской инфраструктуры, то среди продуктов предпринимательской деятельности наиболее востребованы услуги (по поводу которых имеют мнение, по крайней мере, две трети студентов), общественного транспорта (по поводу качества его работы есть мнение у 94% студентов), банковские услуги (мнение по поводу их качества высказали 92% респондентов), услуги кафе и ресторанов (92% студентов, так или иначе, оценивают их услуги), развлекательные комплексы, боулинги, бильярдные (мнение по поводу их работы высказали 87% респондентов), спортивные комплексы – бассейны, тренажерные залы (своё мнение по поводу их работы имеют 80% респондентов), парикмахерские и СПА-салоны (73% респондентов имеют о них своё мнение); сауны (66% респондентов знают в них толк), ночные клубы (по поводу которых имеют мнение 67% студентов).

Работу общественного транспорта 46% респондентов оценивают на 4–5 баллов, примерно треть (32%) – на три балла и 15% на 1–2 балла. Работу банковских структур 70% студентов оценивают на 4–5 баллов, 15% на 3 балла и всего 5% – на 1–2 балла. Работу кафе и ресторанов 77% респондентов оценивают на 4–5 баллов, 12% – на 3 балла и всего 3% на 1–2 балла. Работу развлекательных комплексов, боулингов, бильярдных 67% оценивают на 4–5 баллов, 15% – на 3 балла и 4% – на 1–2 балла. Работу спортивных комплексов с бассейнами и тренажерными залами 54% оценивают на 4–5 баллов, 19% – на 3 балла и 7% – на 1–2 балла.

Работу парикмахерских и СПА-салонов 47% оценивают на 4–5 баллов, 19% – на 3 балла и 7% – на 1–2 балла. Работу саун 48% оценивают на 4–5, 14% – на 3 балла и 4% – на 2 балла. Работу ночных клубов 48% студентов оценивают на 4–5 балла, 14% – на 3 балла и 5% – на 1–2 балла.

Аналогичный анализ оценки студентами услуг предприятий и учреждений социальной сферы расставляет свои приоритеты. Наиболее востребованы

парки и скверы (по поводу их готовы высказаться 98% респондентов), кинозалы (в них знают толк 97% студентов), муниципальные больницы и поликлиники (о них своё мнение имеет 91% студентов), театры и концертные залы (89% готовы так или иначе характеризовать их услуги), спортивные сооружения (их так или иначе оценивают 83% студентов).

Работу парков и скверов 69% оценивают на 4–5 баллов, 2% – на 3 балла и 8% – на 1–2 балла. Относительно специфики оценки работы парков и скверов студентами-томичами, иногородними студентами и студентами-иностранцами было обнаружено, что приезжие студенты оценивают работу парков и скверов гораздо выше.

Работу театров и концертных залов 74% оценивают на 4–5 баллов, 11% – на 3 балла и 3% – на 1–2 балла. Работу спортивных сооружений 50% оценивают на 4–5 баллов, 22% – на 3 балла и 11% – на 1–2 балла. Обращает на себя внимание то, что приезжие студенты гораздо больше удовлетворены работой спортивных сооружений, нежели студенты-томичи, и то, что достаточно заметная доля молодёжи (13–15%) затруднилась оценить работу спортивных сооружений.

Наиболее важным направлением оценки городского пространства является оценка жилищной сферы.

Большинство респондентов, как и следовало ожидать, не имеют собственного жилья. Это те, кто живут в общежитии (57%), снимают квартиру самостоятельно (8%) или кооперируясь с друзьями (4%), либо живут у родственников (10%). Общее число совпадает с долей иногородних студентов, что, помимо прочего, подтверждает валидность полученных результатов. Высокая доля проживающих в общежитии свидетельствует о важности состояния данного аспекта в деятельности вузов. Если Томск намерен сохранить свой статус студенческого города и, более того, привлекать одарённых абитуриентов, обладающих высоким человеческим капиталом, следует обратить самое пристальное внимание на состояние рынка съёмного жилья, в особенности общежитий. 12% ответивших снимают жильё самостоятельно или совместно с друзьями, и это тот сегмент, который в первую очередь откликнется на предложение возможности проживать в общежитиях повышенной комфортности, если таковая возникнет. Безусловно, подобное предложение заинтересует и часть живущих в общежитиях в настоящее время, а также тех, кто проживает у родственников.

Распределение ответов по вузам даёт достаточно любопытную картину. Наибольшее количество расходуемых повышенные суммы на жильё (ответы «снимаю квартиру для себя» и «снимаю квартиру вместе с друзьями») в ТГПУ – 17 и 5% соответственно, наименьшее в ТГАСУ – 4 и 3%. Можно предположить, что такой процент обусловлен не повышенной потребностью в комфорте студентов ТГПУ, а скорее недостатком мест в общежитии и, наоборот, не аскетичностью студентов ТГАСУ, а большей доступностью мест в общежитии в данном вузе.

Разумеется, важно оценить, каковы ожидания в отношении комфортного жилья, какого рода услуги должны предлагать потенциальным съёмщикам университеты непосредственно в общежитиях и на территории кампусов. Мировой опыт (Университет Чикаго, Университет Эссекса, Колумбийский университет (Нью-Йорк) и др.) показывает, что оптимальной моделью явля-

ется именно кампусное размещение, включающее как учебные корпуса, библиотеки и лабораторные здания, так и жилой блок. При этом в последнем, как правило, имеются не только типичные для России многоэтажные общежития секционного или коридорного (I-House Университета Чикаго) типа, но и малоэтажная застройка с комнатами повышенной комфортности и пониженной вместимости. Отметим, что предложение в секторе повышенной комфортности является атрибутом практически всех ведущих университетов мира. При этом, помимо собственно общежитий, многие университеты предлагают гостиничные услуги на территории кампусов, в том числе привлекая частный бизнес, а также располагают специальными общежитиями для иностранных студентов, в которых, впрочем, проживают и собственные граждане, поскольку цель таких учреждений состоит в налаживании коммуникации, развитии языковых навыков и культурного обмена. Примером является сеть I-Houses, общежитий для иностранных студентов в США, включающая 6 общежитий и центров в 6 городах. Часть общежитий привязана к определённым университетам и расположена на территории соответствующих кампусов (I-Houses при ун-тах Беркли и Чикаго), часть обслуживает несколько университетов (I-Houses Нью-Йорка, Вашингтона, Филадельфии и Гаррисберга).

Разумеется, фактором, определяющим целесообразность строительства студенческого жилья повышенной комфортности, является платёжеспособный спрос. Полученные нами данные свидетельствуют о том, что не менее 4–4,5 тыс. томских студентов готовы снимать жильё в ценовом сегменте от 4 до 8 тыс. руб. ежемесячно. Косвенным индикатором наличия платёжеспособного спроса являются и доли намеренных снимать жильё после окончания университета (не менее 32% ответивших) или приобретать его (не менее 15% ответивших) (табл. 1, 2)

Таблица 1. Намерения аренды жилья после окончания университета

	%
Да, намерен и средства найдутся	32
Нет, не намерен, поскольку денег не будет для этого	10
Нет, нет необходимости снимать жильё (буду покупать или жильё уже есть)	32
Затрудняюсь ответить	26
Нет ответа	43

Таблица 2. Намерения покупать жильё в г. Томске после окончания университета

	%
Да, намерен, средства найдутся	15
Нет, не намерен, денег не будет для этого	12
Нет, нет необходимости покупать жильё	12
Затрудняюсь ответить	19
Не ответа	42

Отметим, что оценка покупательских возможностей томских студентов в отношении недвижимости нами не детализировалась. Однако, как показы-

вает опыт изучения финансового поведения студентов, большинство оценивает реалистически как собственные возможности, так и состояние рынка.

Распределение намерений покупать или снимать жильё в зависимости от вуза показывает, что наибольшее число намеренных снимать жильё в ТУСУРе (46%), ТГУ (31%) и ТПУ (32%), наименьше – в СибГМУ (25%), прежде всего по причине отсутствия наличия жилья в настоящее время.

В то же время намеренных покупать жильё после окончания вуза больше всего в ТГПУ (33%) и ТГУ (28%). Такое распределение может быть связано с несколько большей заинтересованностью студентов гуманитарных факультетов и студентов специальностей, в наибольшей степени ориентированных на социальный капитал (ТГАСУ, СибГМУ) в том, чтобы остаться в Томске после окончания вуза. В данном отношении ТПУ наименее «привязан к месту» и наиболее космополитичен, как уже отмечалось выше. Если строительная и медицинская отрасли связаны с локусом в силу значимости социальных контактов для карьерного роста, то гуманитариев, возможно, привлекает толерантная атмосфера Томска и развитый культурный капитал.

Анализируя отношение студентов к проблеме приобретения и аренды жилья, можно сделать вывод, что ментально они в большей степени ориентированы на получение или приобретение жилья в собственность, а не на проживание в арендуемом жилье. Это свидетельствует, во-первых, о превалировании сформировавшейся в советский период установки на обретение жилья, как важнейшей доминанты социального обустройства человека. Во-вторых, позволяет предположить, что накопление средств на приобретение жилья, использование заёмных средств (ипотеки и других вариантов) будет в числе приоритетных в бюджете будущих специалистов. В-третьих, характеризует некие «провинциалистские» установки значительной части нынешних студентов томских вузов (квартира как едва ли не главная ценность, отсутствие традиции в родительских семьях по смене жилья применительно к месту работы). В-четвертых, может рассматриваться как следствие пониженной мотивации молодёжи к территориальной мобильности. Условиями последней является наличие инфраструктуры, позволяющей без проблем арендовать жильё при смене работы, и ментальная готовность молодёжи к подобным событиям как неотъемлемой характеристике «дорожной карты» дальнейшей социализации и профессионализации. Ни тот, ни другой фактор, скорее всего, ещё не стали атрибутом социальной реальности молодёжи России за исключением жителей Москвы и, возможно, Санкт-Петербурга.

Литература

1. Бауман З. От пилигрима к туристу, или Краткая история идентичности [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.urban-club.ru/?p=54>
2. Вендина О. Стратегии развития крупнейших городов России: поиск концептуальных решений // Городской альманах. 2006. Вып. 2. С. 205–206.
3. Вендина О. Невидимые сдвиги в развитии городов. [Электронный ресурс] // Демоскоп weekly, № 407-408. – URL: <http://demoscope.ru/weekly/2010/0407/analit01.php>
4. Григоричев К.В. В тени большого города: социальное пространство пригорода. Иркутск: Оттиск, 2013. 248 с.
5. Давыдкина Л.В. Исследование образа города Самары студентов разных профессиональных групп [Электронный ресурс] // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал), №1(09), 2012. – URL: <http://sisp.nkras.ru/issues/2012/1/davydkina.pdf>

6. Дридзе Т.М. Урбанизм и городская политика в свете экوانтропоцентристской социологии // Урбанизация в формировании социокультурного пространства. М., 1999.
7. Ивашиненко Н.Н. Структура включенности нижегородцев. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.unn.ru/pages/vestniki_journals/99990201_West_soc_2004_1%283%29/15.pdf
8. Карпов А.Е. Социальные факторы дифференциации городского пространства [Электронный ресурс]. – URL: http://nesch.ieie.nsc.ru/Karpov_Tezis1.html
9. Космарский А.А. Исследователь в городе: от всевластия взгляда к столкновению с Другим // *Communitas/Сообщество*. 2006. № 1. С. 21–34.
10. Найт Ричард В. Устойчивое развитие – устойчивые города // *Международный журнал социальных наук*. 1993(2). С. 43–69.
11. Пелитенко А.А., Яковенко И.Г. Город в пространстве культуры и в процессе урбанизации: методологические аспекты // *Урбанизация в формировании социокультурного пространства*. М., 1999. С. 123–129.
12. РИА «Новости» со ссылкой на департамент высшего профессионального образования Администрации Томской области [Электронный ресурс]. – URL: <http://ria.ru/society/20130327/929243264.html>
13. Российское городское пространство: попытка осмысления [Электронный ресурс]// Москва: Моск. обществ. науч. фонд, 2000, серия «Научные доклады». – URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/19191279/>.
14. Трубина Е.Г. Студенты, демоны, герои: кто живет в промежуточном пространстве [Электронный ресурс] // «Новая Европа» и «Гептер.ру». Публичная лекция, прочитанная в рамках недели Ханны Арендт в Минске (ЦЭХ, январь 2014). – URL: http://n-europe.eu/tables/2014/02/18/studenty_demony_geroi_kto_zhivet_v_promezhutochnom_prostranstve.
15. Шитлов А.В. Смысл города и город-смысл // *Человек*. 2006. № 1. С. 5–18.
16. Харви Д. Право на город [Электронный ресурс] // *Логос*. 2008. № 8. – URL: http://www.intelros.ru/pdf/logos_03_2008/04.pdf

Sukhushina Elena V., Rykun Artjom U., Pogodaev Nikolaj P. Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation)

THE CITY SPACE INTERGENERATIONAL

Key words: urban environment, generation theory, creative class

The role of the environment in the age of late modernity is critically different from the modern. The area we inhabit is no longer just a part of the environment, but the structural element of the modern person's life. At the same time, not only the environment and the spatial aspect are different, our perception of these differ too and both have certain impact upon the changing environmental factor.

It is feasible to use the “generation theory” in order explain both the direction and the contents of the change. According to the “generation theory”, different generations have different values underlying their attitudes and behavior. At present time the most active generations are late representatives of the “baby boomers” (years of birth 1943-1963), so called “generation X” (1964-1983), and “generation Y” (1984-2003) that are becoming more and more prominent and active.

Of the above, the generation X are most active in forming urban space around it and at the same time most active in consuming the urban space economically. The basic values of the generation X are mobility, freedom of choice, the capability of being globally informed, technical proficiency, individualism, readiness to change and to learn, eagerness to get new experience, pragmatism and self-sufficiency. For the generation X people the environment forms the basis of the habitat and constitutes the key factor of their choice.

For the generation Y the environment plays even more profound role, since they are more mobile and share the attitude that everything, career, education and consumption might and hopefully will serve sources of fun and pleasure.

The article is based upon two research project dedicated to the qualities and the quality of living in the city of Tomsk.

References

1. *Bauman Z.* Ot pilgrima k turistu, ili Kratkaya istoriya identichnosti [Elektronnyj resurs]. – URL: <<http://www.urban-club.ru/?p=54>>
2. *Vendina O.* Strategii razvitiya krupnejshih gorodov Rossii: poisk konceptual'nyh reshenij // Gorodskoj al'manah. 2006. Vyp. 2. S. 205–206.
3. *Vendina O.* Nevidimye sdvigi v razvitii gorodov. [Elektronnyj resurs] // Demosop weekly, № 407–408. – URL: <http://demoscope.ru/weekly/2010/0407/analit01.php>
4. *Grigorichev K.V.* V teni bol'shogo goroda: social'noe prostranstvo prigoroda. Irkutsk: Ottisk, 2013. 248 s.
5. *Davydkina L.V.* Issledovanie obraza goroda Samary studentov raznyh professional'nyh grupp [Elektronnyj resurs] // Sovremennye issledovaniya social'nyh problem (elektronnyj nauchnyj zhurnal), №1(09), 2012. – URL: <<http://sisp.nkras.ru/issues/2012/1/davydkina.pdf>>
6. *Dridze T.M.* Urbanizm i gorodskaya politika v svete `ekoantropocentristskoj sociologii // Urbanizaciya v formirovanii sociokul'turnogo prostranstva. M., 1999.
7. *Ivashinenko N.N.* Struktura vkluchennosti nizhegorodcev. [Elektronnyj resurs]. – URL: http://www.unn.ru/pages/vestniki_journals/99990201_West_soc_2004_1%283%29/15.pdf
8. *Karpov A.E.* Social'nye faktory differenciacii gorodskogo prostranstva [Elektronnyj resurs]. – URL: http://nesch.ieie.nsc.ru/Karpov_Tezis1.html <http://nesch.ieie.nsc.ru/Karpov_Tezis1.html>
9. *Kosmarskij A.A.* Issledovatel' v gorode: ot vsevlastiya vzglyada k stolknoveniyu s Drugim // Communitas/Soobschestvo. 2006. № 1. S. 21–34.
10. *Najt Richard V.* Ustojchivoe razvitie - ustojchivye goroda // Mezhdunarodnyj zhurnal social'nyh nauk. 1993(2). S. 43–69.
11. *Pelipenko A.A., Yakovenko I.G.* Gorod v prostranstve kul'tury i v processe urbanizacii: metodologicheskie aspekty // Urbanizaciya v formirovanii sociokul'turnogo prostranstva. M., 1999. S. 123–129.
12. *RIA «Novosti»* so sсыlkoy na departament vysshego professional'nogo obrazovaniya Administracii Tomskoj oblasti [Elektronnyj resurs]. – URL: <http://ria.ru/society/20130327/929243264.html>
13. *Rossijskoe gorodskoe prostranstvo: popytka osmysleniya* [Elektronnyj resurs] // Moskva: Mosk. obschestv. nauch. fond, 2000, ceriya «Nauchnye doklady». – URL: <<http://ecsocman.hse.ru/text/19191279/>>.
14. *Trubina E.G.* Studenty, demony, geroi: kto zhivet v promezhutochnom prostranstve [Elektronnyj resurs] // «Novaya Europa» i «Geffer.ru». Publichnaya lekcija, pročitannaya v ramkah nedeli Hanny Arendt v Minske (С`EH, yanvar' 2014). – URL: http://n-europe.eu/tables/2014/02/18/studenty_demony_geroi_kto_zhivet_v_promezhutochnom_prostranstve.
15. *Shipilov A.V.* Smysl goroda i gorod-smysl // Chelovek. 2006. № 1. S. 5–18.
16. *Harvi D.* Pravo na gorod [Elektronnyj resurs] // Logos. 2008. № 8. – URL: http://www.intelros.ru/pdf/logos_03_2008/04.pdf

УДК 316.422+332.021+332.14

С.А. Шпагин, Ю.К. Александрова

ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ В ЗЕРКАЛЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ¹

Исследуется инновационная политика органов государственной власти и местного самоуправления в Томской области, а также её восприятие в экспертном сообществе региона. На основе официальных документов, данных российских и зарубежных рейтингов, интервью с экспертами обоснована противоречивая оценка инновационной политики администрации В. Кресса, а также ожидания региональных экспертов в связи с назначением нового губернатора.

Ключевые слова: инновационная политика, администрация Томской области.

В настоящее время инновационное развитие региона признается одним из определяющих направлений его экономического роста. Причем актуальность инновационной деятельности территорий обусловлена как необходимостью благоприятного инвестиционного позиционирования, так и стимулами государственной политики. В Стратегии инновационного развития Российской Федерации до 2020 г. реализация инновационной политики, осуществляемой органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и муниципальными образованиями, названа важной предпосылкой повышения эффективности инновационной деятельности в стране [1. С. 66]. Для реализации этой составляющей стратегии предусмотрены значительные бюджетные затраты. Неудивительно, что субъекты Российской Федерации стремятся к созданию всех условий для улучшения инновационного климата. Как отмечают О.И. Имайкина и С.М. Вдовин, если раньше «существовало правило: не осуществляй инновации до тех пор, пока не будешь вынужден это сделать. Правило сегодняшнего дня — инновации или гибель!» [2].

Однако многое зависит от того, какой смысл вкладывается в понятие «инновации». Достаточно распространенным является мнение о том, что инновациями следует считать любые нововведения, связанные с достижениями научно-технического прогресса, внедрением новых технологий, механизмов управления и даже социальных отношений. Но есть и другой, технократический подход к инновациям, более распространенный в бизнес-среде. Он сводится к пониманию инноваций только как инструмента привлечения инвестиций, повышения производительности труда и рентабельности экономики.

Исследования инновационной деятельности в российских регионах уже прочно заняли свое место в отечественной экономической науке. Объектами внимания исследователей все чаще становятся не только общие вопросы ин-

¹ Статья выполнена при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта «Государственное и муниципальное управление в Томской области: актуальные инновации и региональный социум» (грант №12-13-70002а/Т).

новационного развития субъектов Российской Федерации, но и региональные стратегии инновационного развития [3, 4], инструменты и проблемы в их осуществлении [5], опыт конкретных регионов в реализации своей инновационной политики [6–9]. Успехи инновационного развития Томской области часто становятся предметом обсуждения первых лиц региона [10], но в научной литературе, как правило, анализируются только отдельные его аспекты – конкретные инновации в управлении, в отдельных отраслях экономики и социальной сферы [11–13]. Лишь в самое последнее время исследователи заинтересовались социологическим и экономическим анализом инновационного потенциала региона и перспектив его дальнейшего развития в этом направлении [14, 15]. Однако тема инновационной политики области пока, как правило, остается за пределами их внимания.

На основе исследования официальных документов, материалов СМИ и интервью с экспертами нами предпринята попытка анализа таких аспектов инновационной политики органов государственной власти Томской области, как стратегическое планирование и законодательная политика, а также восприятие её экспертным сообществом. В качестве экспертов привлекались бизнесмены, депутаты, сотрудники органов власти, а также представители общественных организаций. Для оценки состояния инновационной сферы региона были использованы также данные российских и зарубежных рейтингов.

Исторически Томск в XX в. развивался как центр образования, науки и наукоемких отраслей экономики, поэтому с переходом к рыночной модели хозяйства возникла объективная необходимость капитализации его интеллектуального потенциала для усиления конкурентных преимуществ региона. Сначала понимание этой необходимости сложилось на уровне исполнительной власти и вылилось в распоряжение губернатора о создании Томского международного делового центра «Технопарк» (1995) и его же постановление «О развитии инновационной деятельности на территории Томской области» (1998). Причем если первое из названных решений носило частный характер и могло быть результатом лоббистских усилий корпоративных структур, то второе свидетельствует о четкой позиции региональной администрации. Поэтому именно 1998 г. было бы логично считать датой выбора Томской областью курса на инновационное развитие [Ср.: 14. С. 63].

К началу 2000-х гг. была осознана необходимость системной политики областных властей по управлению инновационным развитием региона. К этому же приводили и результаты исследований томских ученых. Они отмечали многократный рост объемов научно-технических работ и НИР, в научном обслуживании и подготовке кадров в области, даже несмотря на сокращение численности работников, занятых в этой сфере. Констатируя опережающий инвестиции рост результативности в этой отрасли, они предполагали, что «дополнительный рост инвестиций в этот сектор гарантирует более высокую отдачу, чем финансовые вложения в другие экономически значимые для региона секторы экономики» [6]. Результатом осознания этой возможности стала разработка и принятие в 2000-х гг. ряда региональных нормативно-правовых актов, направленных на развитие науки и инноваций в Томской области. В их числе принятый еще в 2000 г. закон «О научной деятельности и научно-технической политике Томской области» – один из первых такого рода законов в России [16].

В 2003 г. губернатором В. Крессом была подписана Инновационная стратегия Томской области (ИСТО). При её принятии предполагалось, что реализация программы является началом качественных изменений в структуре экономики Томской области, повышения ее стабильности, создания предпосылок для обеспечения высоких темпов ее развития, что в итоге приведет к значительному повышению уровня жизни населения. Целями ИСТО являлось стимулирование существующих региональных компаний к использованию инноваций, содействие созданию малых инновационных предприятий и привлечение внешних инвестиций в инновационную сферу, а также развитие инфраструктуры инновационной деятельности и повышение уровня инновационной культуры в регионе [17].

С учетом положений ИСТО в 2005 г. была принята и Стратегия развития Томской области до 2020 г. В ней проводится экономико-географическое деление области на две зоны: Южную (Томск, Северск, Томский район) и Северную (остальные районы области) [18. С. 9]. Южная зона позиционировалась как будущий мегаполис – Центр знаний и инноваций, где будут развиваться научно-образовательный комплекс, «новая экономика» на его основе, а также биотехнологии, информационные технологии, электротехника и приборостроение. Зона «Север» должна была стать источником сырья: здесь наряду с добычей нефти и газа предполагалось развивать сельское хозяйство, лесную и пищевую промышленность [18. С.13]. Таким образом, основным объектом приложения инновационной политики на территории региона должны были стать областной центр, его город-спутник Северск и пригородный район.

К сожалению, муниципальные власти в Томской области долгое время проявляли к инновационной деятельности значительно меньше интереса, чем областные. Хотя положение «Об инновационной деятельности в городе Томске» было утверждено городской Думой еще в 2000 г., в целом инновационная политика примерно до середины 2000-х гг. не являлась приоритетом для властей областного центра. И причины этого – не только в ограниченности ресурсов местного самоуправления, но и в позиции мэрии, которая все это время вела борьбу за самостоятельность то с областными властями, то с городской Думой. Еще медленнее включались в регулирование инновационной деятельности ЗАТО Северск и Томский район.

Инновационная политика томского муниципалитета изменилась только с приходом в мэрию нового градоначальника – Н. Николайчука. Избранный на свой пост в 2009 г. при сильной поддержке губернатора В. Кресса новый мэр активно включился в работу по реализации инновационных инициатив области. Только в течение 2009 г. администрация Томска приняла несколько постановлений по развитию инновационной инфраструктуры, в том числе Целевую инновационную программу муниципального образования «Город Томск» на 2009–2011 гг., конкурс бизнес-проектов «Успешный старт» и др.

Но основные усилия по нормативно-правовому оформлению и реализации инновационной политики осуществляли областные власти. В течение 2003–2010 гг. Государственная дума Томской области приняла целый ряд законов, направленных на бюджетное обеспечение инновационной деятельности, а также на предоставление налоговых льгот осуществляющим

её предприятиям. В частности, в 2008 г. был принят закон «Об инновационной деятельности в Томской области». Не отставала и администрация области, которая на конкурсной основе субсидировала инновационные проекты. С её же участием в 2005 г. был создан Фонд содействия развитию венчурных инвестиций в малые предприятия в научно-технической сфере Томской области, в 2007 г. – ООО «Томское агентство привлечения инвестиций», в 2009 г. – Координационный совет по инновационной деятельности. С 2009 г. ведется и реестр инновационно активных организаций Томской области. А с 2010–2011 гг. в области реализуется сразу несколько долгосрочных целевых программ, направленных на развитие инновационной деятельности, малого и среднего предпринимательства, улучшение инвестиционного климата.

Ключевую роль в развитии экономики и инвестиционной привлекательности Томской области играет транспортная доступность региона. Удаленная от основных транспортных магистралей область остро нуждается в новых автомобильных и железных дорогах, а также интенсивном авиасообщении. Для развития транспортной инфраструктуры в 2008 г. была принята Стратегия развития транспортной системы Томской области в 2008–2025 гг. [19]. В ней прописаны планы по строительству вторых железнодорожных путей на участке «Тайга – Томск» и организация скоростного движения поездов на участке «Новосибирск – Томск». Отметим, что основные положения стратегии, которые так и не были реализованы, тремя годами позже повторятся в проекте «ИНО Томск-2020». Осуществилась только модернизация томского аэропорта Богашево.

В дополнение к уже существующим и интенсивно развивающимся структурам научно-образовательного комплекса в Томске за последние десять лет создана обширная инновационная инфраструктура. В её состав входят: Особая экономическая зона технико-внедренческого типа «Томск», 13 офисов коммерциализации разработок (а в ноябре 2013 г. открыт еще один), 10 бизнес-инкубаторов, 3 центра трансфера технологий, 2 инновационно-технологических центра, 7 консалтинговых компаний, 3 венчурных фонда, 6 венчурных партнеров Фонда посевных инвестиций ОАО «Российская венчурная компания», Сеть рискованного финансирования «Бизнес Ангелы», 21 центр поддержки предпринимательства, Межведомственный центр нанотехнологий «Томскнанотех», Региональное агентство привлечения инвестиций [20]. В регионе ежегодно создается несколько десятков новых инновационных предприятий, а ежегодный прирост инновационной и наукоемкой продукции составляет 10–15% [14. С. 65]. Томский опыт проведения конкурсов инновационных проектов и статистического мониторинга их результатов получил высокую оценку специалистов [8. С. 12].

Своеобразной высшей точкой в планировании инновационной политики в Томской области стало распоряжение правительства от 6 октября 2011 г., которое одобрило концепцию проекта «ИНО Томск-2020». Эта концепция пришла на смену ИСТО. Проект предусматривает создание Центра образования, исследований и разработок, способного, по мнению экспертов, стать конкурентом президентскому проекту «Сколково». Итогом проекта власть видит рост численных показателей здоровой экономики: увеличение количества инновационных компаний, рабочих мест для высококвалифицирован-

ных сотрудников и, конечно же, финансирования НИОКР, а на втором этапе его реализации – развитие транспортной инфраструктуры.

Отметим, что не только абсолютные, но и относительные показатели говорят об успешном инновационном развитии региона. Например, по итогам российских рейтинговых исследований, как правило, Томская область входит в первую пятерку наиболее инновационно активных субъектов Федерации. Так, «iРейтинг», составленный в 2011 г. компанией «РБК daily» совместно с фондом «Петербургская политика» и Президентской академией, называет именно её самым активным регионом России в сфере инноваций. Далее следуют Московская и Новосибирская области [21]. Опубликованные результаты объясняют запуском проекта «ИНО Томск-2020». Среди других причин лидерства Томской области были отмечены создание производства телекоммуникационного оборудования четвертого поколения LTE в особой экономической зоне Томска NokiaSiemensNetworks, «Роснано» и научно-производственной фирмой «Микран»; два новых научно-исследовательских института в ТУСУР. Свою роль сыграло и то, что в 2011 г. томский губернатор В. Кресс возглавил Ассоциацию инновационных регионов России.

Несмотря на смену губернатора, в 2012 г. Томская область вновь заняла первое место в рейтинге инновационной активности регионов [22]. Рейтинги оценивают уровень политической стабильности в регионе как высокий, лишь немного снизив его показатель в 2013 г. [23].

Несколько иначе выглядят Томск и Томская область в оценке зарубежных источников. Результаты исследования консалтингового агентства «2thinknow» по итогам 2012 г. определяют индекс Томска лишь как конкурентный в некоторых сегментах, потенциальный или несбалансированный. Всего в рейтинге «2thinknow» представлено 20 российских городов, среди которых Томск занимает 13-е место [24]. Коммуникационный рейтинг российских регионов в ведущих англоязычных СМИ по итогам 2012 г., составленный аналитическим агентством «Смыслография» и демонстрирующий открытость региона, ставит Томскую область на 5-е место [25].

Таким образом, Томск, лидирующий в российских рейтингах, занимает в зарубежных рейтингах более скромные места. Более того, сомнения в эффективности инновационного развития региона высказывают и некоторые отечественные эксперты и исследователи. Одни включают Томскую область в число регионов с наибольшим инновационным потенциалом и лучшими условиями инновационной деятельности, однако к регионам-лидерам по результатам этой деятельности её не относят [8. С. 16]. Другие отмечают многочисленность в области успешных инновационных предприятий и указывают на мнение части экспертов, считающих, что вся инновационность Томской области – не более, чем «пиаровский ход, за которым не стоит реального содержания» [14. С. 66, 70]. Данные опроса на сайте проекта «ИНО Томск-2020» позволяют усомниться и в эффективности действующей в регионе инновационной инфраструктуры. На вопрос «Кто содействовал вам в создании инновационного предприятия?» 45% опрошенных выбрали ответ «Никто, создали предприятие без помощи инфраструктуры» [26].

Эксперты, опрошенные в ходе исследования, дали инновационной сфере Томской области противоречивые оценки. В частности, они говорят о серьез-

ных препятствиях, которые приходится преодолевать томским предпринимателям для внедрения инновационных разработок: *«У нас есть масса примеров, когда кому-то удавалось что-то сделать не благодаря, а вопреки... Я даже не говорю, через что многим людям пришлось пройти, чтобы реально в Томске что-то сделать... Есть «ЭлеСи» и «Микран», которые реально прорвались даже на международный уровень. Но ведь есть и огромное количество проектов, которые были загублены»* (лидер регионального отделения политической партии, предприниматель).

В сравнении с другими регионами Томская область не всегда выглядит самой передовой, в том числе по отношению к инновационной сфере. В частности, немало проблем в этой сфере связано с привлечением инвестиций и ограниченными возможностями захода на томской рынок: *«Многие говорят о том, что действительно есть проблемы, показательная история с ИКЕА. Они долго выбирали себе территорию, но в итоге ничего не вышло ...Косвенно об этом может сказать уровень инвестиций при заходе на территорию. Именно не портфельных, а прямых инвестиций, что связано со строительством чего-то конкретного. В этом смысле мы не Калужская область, где система привлечения инвесторов выстроена до винтика – буквально поставлена на поток»* (сотрудник департамента областной администрации). *«Я не думаю, что у нас Томск такой уж инновационный, чем, например, Новосибирск, мне кажется, что мы ему в этом отношении как-то проигрываем»* (руководитель общественной организации, член Общественной палаты Томской области). Несмотря на значительные усилия властей по стимулированию инновационной деятельности и её законодательному регулированию, достижения в этой сфере воспринимаются скептически и оцениваются невысоко.

Также эксперты отмечают, что попытки развития инновационной деятельности в области часто происходят без опоры на уже существующие достижения в экономике. Более того, строительство инновационной инфраструктуры осуществляется параллельно с деиндустриализацией, разрушением экономического потенциала, созданного в советский период: *«Вот, понимаете, приборный завод по инновациям был впереди того, что сейчас называют особой экономической зоной. Этой экономической зоне до уровня инноваций, которые были на приборном заводе ещё в 80-м году, им ещё 20 лет подниматься надо. Также и завод режущих инструментов, так же как и исчезнувший радиозавод, он же был хороший завод в Томске. А подшипниковый завод был мирового уровня. «Лампочка»... это же чудо! Всё это валится, и в это же время говорят об инновациях, так я слышать не могу!»* (депутат Законодательной думы Томской области).

Действительно, созданная в 2011 г. в Томске особая экономическая зона технико-внедренческого типа (в просторечии – технико-внедренческая зона, ТВЗ) вызывает неоднозначные оценки экспертов. Одна из самых резких звучит так: *«ТВЗ – это резервация, за пределами которой ничего не продается. Это не инфраструктура, а г...о. 80% денег уходит в капстроительство, а надо – в интеллект»* (журналист, зам. главного редактора областной газеты). Но элементы негативной оценки заметны и в выступлениях представителей областной власти. Так, заместитель губернатора по научно-образовательному комплексу и инновационной политике А. Князев, выступая

в июне 2013 г. перед участниками конференции Национального института сертифицированных консультантов по управлению, был вынужден признать, что при проектировании ТВЗ были допущены серьезные просчеты, так как все решения принимались в Москве. Дирекция управления ТВЗ менялась с 2006 г. четыре раза, и каждый раз все строительные контракты перезаключались.

Большинство экспертов отмечают активную роль областной власти в продвижении региона по пути инновационного развития, в том числе личный вклад экс-губернатора В. Кресса и его первого заместителя. При этом заметно, что роль главы области они склонны сводить, главным образом, к представительству региональных интересов, а идеологом инноватики признается О. Козловская: *«Даже в этих инновациях... Кресс даже пытался там что-то сделать, может, благодаря его крыше что-то начинает раскручиваться, хотя там масса проблем, и не все так однозначно»* (лидер регионального отделения политической партии, предприниматель). *«Ручное управление позволяло в определенной мере решать кое-что, это срабатывало иногда. Поговаривают губернатор с Миллером, Чубайсом – и, может, кто-то получит госзаказ. Если б не лоббизм Кресса, «Микран» не получил бы госзаказ, а московское метро не заказывало бы в Томске шахтные вентиляторы»* (журналист, зам. главного редактора областной газеты). *«Все это знают, ни для кого не секрет, что Оксана Витальевна <Козловская> – идеолог и в большей мере даже двигатель всего этого инновационного процесса, построения инновационной инфраструктуры, развития инноваций на территории»* (сотрудник аппарата Законодательной думы Томской области).

В этом контексте переход О. Козловской в 2011 г. на пост председателя Законодательной думы Томской области и особенно смена губернатора в Томской области в 2012 г. сразу вызвали у части экспертов опасения. Их суть связана с возможностью недооценки новым лидером региона значения инновационной политики и со сменой её содержательных ориентиров, в частности, сужением трактовки инновационной деятельности как объекта государственной поддержки. *«Пыталась у нас Козловская какое-то время позиционировать нас как инновационный город, звала сюда людей, экспертов, но руководство сменилось, и теперь у нас другой акцент стал»* (руководитель общественной организации, член Общественной палаты Томской области). *«Сергей Анатольевич <Жвачкин> не оглашал своего видения приоритетов развития области. В какой-то мере сделал это буквально позавчера, когда сказал, что наряду с нашими традиционными отраслями... он сузил, там было 4 И (интеллект, инновации, инвестиции, инфраструктура), он оставил 2 И – инновации и инвестиции. То есть это создание и привлечение инвестиций в регион и инновационное развитие»* (сотрудник аппарата Законодательной думы Томской области).

Действительно, новый томский губернатор Сергей Жвачкин заявил, что «стратегические цели развития области – это инновации и инвестиции». Тем самым он подчеркнул преемственность с инновационной политикой своего предшественника. Однако явное различие в расстановке акцентов у Кресса и Жвачкина в этой сфере заметно уже сейчас. Не критикуя прямо своего предшественника, С. Жвачкин выразил в своих выступлениях намерение «заземлить» это направление политики областной власти, связать его с решени-

ем сегодняшних проблем региона: «Сегодня слово «инновации» для очень многих стало почти таким же ругательным, как в 90-е годы – «демократия». Люди считают, что «инновации» – это воздушные замки. Наша задача – сделать из слова дело, наполнить слово реальным содержанием» [27].

Проведенный в мае 2013 г. инновационный форум INNOVUS-2013 отчетливо показал, что сегодня область будет делать ставку на реальные проекты, связанные с добывающей промышленностью. В частности, будут решаться проблемы и возможности внедрения инновационных решений в нефтегазовой отрасли, электроэнергетике, атомной промышленности. И этот подчеркнутый реализм томского форума 2013 г. сильно контрастировал как с предыдущей его версией 2011 г., так и с новосибирским инновационным форумом ИНТЕРРА, прошедшим в сентябре 2013 г. Несомненно сильные стороны INNOVUS-2013 (высокий уровень формального представительства, четкая организация, концентрация внимания на решении текущих проблем) по сравнению с ИНТЕРРА оборачивались недостатками именно в отношении нацеленности на инновации и проектирования будущего. В отличие от демократичной и футуристической ИНТЕРРА, томский форум выглядел расколотым на популярные лекции и конференции о будущем, проходившие в центре города, и слет чиновников и бизнесменов, укrywшихся от шума массовых мероприятий в легкоатлетическом манеже «Газпрома» [28].

Подтверждением этой смены приоритетов стала и официальная версия ухода в отставку мэра Томска Н. Николайчука летом 2013 г. Объявляя об этом решении на заседании городской Думы, он заявил о том, что с приходом к власти нового главы региона в области «произошла кардинальная смена курса», которая спровоцировала «напряжение между городской и областной властью». Сущность новой политики областной власти уходящий мэр обозначил как стремление «превратить научно-образовательный центр в центр сырьевых компаний» [29].

Таким образом, как мнения экспертов, так и динамика политической жизни региона показывают, что смена ключевых фигур привела в Томской области к перемене ориентиров инновационной политики. Политика администрации В. Кресса строилась на максимально широком понимании инноватики и активном продвижении инновационного имиджа области. И эта политика давала свои плоды, особенно для внешнего позиционирования и инвестиционной привлекательности региона. Новое же руководство области склонно к более узкой и прагматичной трактовке, а также к соединению инновационной деятельности с интересами ведущих отраслевых комплексов. И этот выбор, как и связанные с ним репутационные риски, не без тревоги был воспринят экспертным сообществом региона.

Как часто бывает в России, политику определяют конкретные люди, а не институты. Понимание этими людьми сущности инноваций играет решающую роль в развитии экономики региона. Однако успешность воплощения инновационной политики оказывается в зависимости от разницы понимания инноваций обществом и властью. В конечном итоге воплотятся в жизнь лишь те инновации, которые будут востребованы обществом.

Литература

1. *Стратегия* инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года (утв. распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. №2227-р) // Гарант. Информационно-правовой портал. – URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70006124/>, свободный (дата обращения: 15.10.2013).
2. *Имайкина О.И., Вдовин С.М.* Инновационность экономики региона [Электронный ресурс] // Регионология. 2012. №2. Электрон. версия печатн. журнала. – URL: <http://regionsar.ru/node/906>, свободный (дата обращения: 17.10.2013).
3. *Митрофанова С.В., Черникова И.В.* Стратегия инновационного развития региона (на примере Ставропольского края) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.be5.biz/ekonomika1/r2012/3466.htm>, свободный (дата обращения: 04.10.2013).
4. *Никишина Е.С., Филимонова Н.М.* Разработка стратегических направлений инновационного развития регионов // Проблемы современной экономики. 2010. № 3. С. 295–298.
5. *Дрок Т.Е.* Инструментарий формирования и реализации инновационной политики региона // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2013. Вып. 3. С. 100–107.
6. *Барышева Г.А., Скрьльникова Н.А.* Инновационная политика в Томской области [Электронный ресурс] // Экономический сервер Сибири. – URL: http://www.econom.nsc.ru/econ/arhiv/ReadStatiy/2002_07/Barisheva.htm, свободный (дата обращения: 05.10.2013).
7. *Бубенко П.Т., Есина В.А.* Инновационная политика регионов // Бизнесинформ. 2010. № 5 (1). С. 16–20.
8. *Ковешникова Е.В.* Региональная инновационная политика: методы формирования и реализации: автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2010. 23 с.
9. *Мальй В.И., Гусев В.В.* Инновационность развития региона: взаимодействие государства, предприятий и университетов (на примере Саратовской области) // Вестник Томского ун-та. Философия. Социология. Политология. 2013. № 1 (21). С. 20–37.
10. *Регионы* должны быть «генераторами» развития инноваций – председатель Законодательной думы Томской области Оксана Козловская [Электронный ресурс] // ИТАР-ТАСС, Томск. – URL: <http://www.itar-tass.com/c49/716643.html> свободный (дата обращения 02.09.2013).
11. *Банин С.А.* Анализ результативности внедрения одноканальной системы финансирования медицинских организаций (на примере Томской области) // Вестник Томского ун-та. Экономика. 2011. №2 (14). С.170–174.
12. *Тюленева Н.А.* Проблемы исследования инновационных процессов на современном этапе развития экономики // Вестник Томского ун-та. Экономика. 2011. № 3 (15). С. 75–83.
13. *Литовченко А.И.* Инновации на рынке туристических услуг (на примере Томской области) // Вестник Томского ун-та. Экономика. 2012. № 1 (17). С. 113–121.
14. *Рыкун А.Ю., Южанинов К.М., Абрамова М.О., Сухушина Е.В.* Томская область: потенциал и реалии инновационного развития // Вестник Томского ун-та. Философия. Социология. Политология. 2013. № 1 (21). С. 63–77.
15. *Черненко О.Б., Черненко Н.А.* Подходы к определению понятия и структуры инновационного потенциала региона // Вестник Томского ун-та. 2013. № 371. С. 149–152.
16. *Томская область.* Инновационное законодательство [Электронный ресурс] // Ассоциация инновационных регионов России. – URL: <http://www.i-regions.org/regions/tomsk/innovation-legislation/> (дата обращения 03.10.2013).
17. *Инновационная стратегия* Томской области [Электронный ресурс] // Администрация Томской области. Официальный сайт. – URL: http://storage.esp.tomsk.gov.ru/files/10138/innov_strat.pdf, свободный (дата обращения 02.09.2013).
18. *Стратегия* развития Томской области до 2020 года. Томск: Администрация Томской области, 2005. 40 с.
19. *Стратегия* развития транспортной системы Томской области в 2008–2025 гг. [Электронный ресурс] // Администрация Томской области. Официальный сайт (старая версия). – URL: http://old.tomsk.gov.ru/export/sites/ru.gov.tomsk/ru/economy_finances/strategy/reestr/13.pdf, свободный (дата обращения: 17.10.2013).
20. *Томская область.* Инновационная инфраструктура [Электронный ресурс] // Ассоциация инновационных регионов России. – URL: <http://i-regions.org/regions/tomsk/innovation-infrastructure/>, свободный (дата обращения: 17.10.2013).
21. *Рейтинг* инновационной активности регионов России [Электронный ресурс] // Агентство Росбизнесконсалтинг. – URL: <http://top.rbc.ru/society/04/04/2011/569899.shtml>, свободный (дата обращения: 17.09.2013).

22. *Рейтинг* инновационной активности в России (лего 2012) [Электронный ресурс] // Фонд «Петербургская политика». – URL: http://old.fpp.spb.ru/iRating_2012-06_08.php, свободный (дата обращения: 17.10.2013).

23. «*Московский*» и «*ярославский*» сценарии: рейтинг Фонда «Петербургская политика» (июль 2013 года) [Электронный ресурс] // Информационное агентство REGNUM. – URL: <http://www.regnum.ru/news/polit/1691411.html>, свободный (дата обращения: 17.10.2013).

24. *Innovation Cities Europe Index 2012-2013* [Electronic resource] // Innovation Cities Program & Index. – URL: <http://www.innovation-cities.com/innovation-cities-europe-index-2012-2013/7243>, свободный (дата обращения: 18.10.2013).

25. *Коммуникационный рейтинг* регионов РФ в ведущих англоязычных СМИ по итогам 2012 года [Электронный ресурс] // Аналитическое агентство «Смыслография». – URL: <http://s-graph.ru/upload/ratings>, свободный (дата обращения: 18.10.2013).

26. *Прошедшие опросы* [Электронный ресурс] // ИНО Томск. Инновации. Наука. Образование. – URL: <http://inotomsk.ru/polls/> (дата обращения: 30.10.2013).

27. *Жвачкин С.* Эффективное управление регионом – это системная поддержка стратегических проектов [Электронный ресурс] // ИНО Томск-2020. – URL: <http://inotomsk.openteam.ru/ru/analiticheskie-materialy/intervyu-s-ekspertami/prosmotr/-/novost-effektivnoe-upravlenie-regionom-eto-sistemnaya-podderzhka-strategicheskikh-proektov>, свободный (дата обращения: 30.10.2013).

28. *Митренина М.* Новосибирск против Томска, или Интерра против Инновуса [Электронный ресурс] // GlobalSib.com. – URL: <http://globalsib.com/18351/>, свободный (дата обращения: 10.09.2013).

29. *Мэр Томска* покинул свой пост из-за разногласий с областной властью [Электронный ресурс] // РИА Новости. URL: http://ria.ru/tomsk/20130722/951221927.html?fb_action_ids=413133788793226&fb_action_types=og.recommends&fb_source=aggregation&fb_aggregation_id=288381481237582, свободный (дата обращения: 15.09.2013).

Shpagin Sergej A., Alexandrova Julija K. Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation)

SOCIAL EXPERTISE OF INNOVATION POLICY IN THE TOMSK REGION

Key words: innovation policy, the Administration of Tomsk region

This article explores the innovation policy of the state and local authorities in the Tomsk region, as well as its perception in the expert community in the region. This article is based on the results of researching regulations and official documents of the Tomsk region, Russian and foreign ratings, as well as interviews with experts from government, business and non-profit sector. Shows a contradictory assessment of innovation policy of the administration. Despite considerable efforts by the authorities to promote legislative and regulatory innovation, advances in this area are perceived and evaluated skeptically. Expert community perceived the appointment of a new governor as a signal of change of priorities of the regional authorities in the management of innovation. The response to the first decisions of the new regional authorities in the definition and implementation of innovation policy as contradictory. Experts expect that innovation policy will become less diverse, but more realistic and related to the interests of big business. Such a policy choice may increase the reputational risks and entail adverse consequences for the innovation vector of development of the regio

References

1. *Strategiya* innovacionnogo razvitiya Rossijskoj Federacii na period do 2020 goda (utv. rasporyazheniem Pravitel'stva RF ot 8 dekabrya 2011 g. №2227-р) // Garant. Informacionno-pravovoj portal. – URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70006124/>, svobodnyj (data obrascheniya: 15.10.2013).

2. *Imajkina O.I., Vdovin S.M.* Innovacionnost' `ekonomiki regiona [`Elektronnyj resurs] // Regionologiya. 2012. № 2. `Elektron. versiya pechatn. zhurnala. – URL: <http://regionsar.ru/node/906>, svobodnyj (data obrascheniya: 17.10.2013).

3. *Mitrofanova S.V., Chernikova I.V.* Strategiya innovacionnogo razvitiya regiona (na primere Stavropol'skogo kraja) [`Elektronnyj resurs]. – URL: <http://www.be5.biz/ekono-mika1/r2012/3466.htm>, svobodnyj (data obrascheniya: 04.10.2013).

4. *Nikishina E.S., Filimonova N.M.* Razrabotka strategicheskikh napravlenij innovacionnogo razvitiya regionov // Problemy sovremennoj `ekonomiki. 2010. № 3. S. 295–298.

5. Drok T.E. Instrumentarij formirovaniya i realizacii innovacionnoj politiki regiona // Vestnik Baltijskogo federal'nogo universiteta im. I. Kanta. 2013. Vyp. 3. S. 100–107.
6. Barysheva G.A., Skryl'nikova N.A. Innovacionnaya politika v Tomskoj oblasti [Elektronnyj resurs] // `Ekonomicheskij server Sibiri. – URL: http://www.econom.nsc.ru/eco/arhiv/ReadStatiy/2002_07/Barisheva.htm <http://www.econom.nsc.ru/eco/arhiv/ReadStatiy/%202002_07/Barisheva.htm>, svobodnyj (data obrascheniya: 05.10.2013).
7. Bubenko P.T., Esina V.A. Innovacionnaya politika regionov // Biznesinform. 2010. № 5 (1). S. 16–20.
8. Koveshnikova E.V. Regional'naya innovacionnaya politika: metody formirovaniya i realizacii: avtoref. dis. ... kand. `ekon. nauk. M., 2010. 23 s.
9. Mal'j V.I., Gusev V.V. Innovacionnost' razvitiya regiona: vzaimodejstvie gosudarstva, predpriyatij i universitetov (na primere Saratovskoj oblasti) // Vestnik Tomskogo un-ta. Filosofiya. Sociologiya. Politologiya. 2013. № 1 (21). S. 20–37.
10. Regiony dolzhny byt' «generatorami» razvitiya innovacij – predsedatel' Zakonodatel'noj dumy Tomskoj oblasti Oksana Kozlovskaya [Elektronnyj resurs] // ITAR-TASS, Tomsk. – URL: <http://www.itar-tass.com/c49/716643.html> svobodnyj (data obrascheniya 02.09.2013).
11. Banin S.A. Analiz rezul'tativnosti vnedreniya odnokanal'noj sistemy finansirovaniya medicinskih organizacij (na primere Tomskoj oblasti) // Vestnik Tomskogo un-ta. `Ekonomika. 2011. № 2 (14). S.170–174.
12. Tyuleneva N.A. Problemy issledovaniya innovacionnyh processov na sovremennom `etape razvitiya `ekonomiki // Vestnik Tomskogo un-ta. `Ekonomika. 2011. № 3 (15). S. 75–83.
13. Litovchenko A.I. Innovacii na rynke turisticheskikh uslug (na primere Tomskoj oblasti) // Vestnik Tomskogo un-ta. `Ekonomika. 2012. № 1 (17). S. 113–121.
14. Rykun A.Yu., Yuzhaninov K.M., Abramova M.O., Suhushina E.V. Tomskaya oblast': potencial i realii innovacionnogo razvitiya // Vestnik Tomskogo un-ta. Filosofiya. Sociologiya. Politologiya. 2013. № 1 (21). S. 63–77.
15. Chernenko O.B., Chernenko N.A. Podhody k opredeleniyu ponyatiya i struktury innovacionnogo potenciala regiona // Vestnik Tomskogo un-ta. 2013. № 371. S. 149–152.
16. Tomskaya oblast'. Innovacionnoe zakonodatel'stvo [Elektronnyj resurs] // Associaciya innovacionnyh regionov Rossii. – URL: <http://www.i-regions.org/regions/tomsk/innovation-legislation/> (data obrascheniya 03.10.2013).
17. Innovacionnaya strategiya Tomskoj oblasti [Elektronnyj resurs] // Administraciya Tomskoj oblasti. Oficial'nyj sajt. – URL: http://storage.esp.tomsk.gov.ru/files/10138/innov_strat.pdf, svobodnyj (data obrascheniya 02.09.2013).
18. Strategiya razvitiya Tomskoj oblasti do 2020 goda. Tomsk: Administraciya Tomskoj oblasti, 2005. 40 s.
19. Strategiya razvitiya transportnoj sistemy Tomskoj oblasti v 2008-2025 gg. [Elektronnyj resurs] // Administraciya Tomskoj oblasti. Oficial'nyj sajt (staraya versiya). – URL: http://old.tomsk.gov.ru/export/sites/ru.gov.tomsk.ru/economy_finances/strategy/reestr/13.pdf, svobodnyj (data obrascheniya: 17.10.2013).
20. Tomskaya oblast'. Innovacionnaya infrastruktura [Elektronnyj resurs] // Associaciya innovacionnyh regionov Rossii. – URL: <http://i-regions.org/regions/tomsk/innovation-infrastructure/>, svobodnyj (data obrascheniya: 17.10.2013).
21. Rejting innovacionnoj aktivnosti regionov Rossii [Elektronnyj resurs] // Agentstvo Rosbizneskonsalting. – URL: <<http://top.rbc.ru/society/04/04/2011/569899.shtml>>, svobodnyj (data obrascheniya: 17.09.2013).
22. Rejting innovacionnoj aktivnosti v Rossii (leto 2012) [Elektronnyj resurs] // Fond «Peterburgskaya politika». – URL: http://old.fpp.spb.ru/iRating_2012-06_08.php, svobodnyj (data obrascheniya: 17.10.2013).
23. «Moskovskij» i «yaroslavskij» scenarii: rejting Fonda «Peterburgskaya politika» (iyul' 2013 goda) [Elektronnyj resurs] // Informacionnoe agentstvo REGNUM. – URL: <http://www.regnum.ru/news/polit/1691411.html> <<http://www.regnum.ru/news/polit/1691411.html>>, svobodnyj (data obrascheniya: 17.10.2013).
24. Innovation Cities Europe Index 2012-2013 [Electronic resource] // Innovation Cities Program & Index. – URL: <http://www.innovation-cities.com/innovation-cities-europe-index-2012-2013/7243>, svobodnyj (data obrascheniya: 18.10.2013).

25. *Kommunikacionnyj rejting regionov RF v veduschih angloyazychnyh SMI po itogam 2012 goda* [Elektronnyj resurs] // Analiticheskoe agentstvo «Smyslografiya». – URL: <<http://s-graph.ru/upload/ratings>>, svobodnyj (data obrascheniya: 18.10.2013).
26. *Proshedshie oprosy* [Elektronnyj resurs] // INO Tomsk. Innovacii. Nauka. Obrazovanie. – URL: <http://inotomsk.ru/polls/> (data obrascheniya: 30.10.2013).
27. *Zhvachkin S. `Effektivnoe upravlenie regionom – `eto sistemnaya podderzhka strategicheskikh proektov* [Elektronnyj resurs] // INO Tomsk-2020. – URL: <http://inotomsk.openteam.ru/ru/analiticheskie-materialy/intervyu-s-ekspertami/prosmotr/-/novost-effektivnoe-upravlenie-regionom-eto-sistemnaya-podderzhka-strategicheskikh-proektov>, svobodnyj (data obrascheniya: 30.10.2013).
28. *Mitrenina M. Novosibirsk protiv Tomsk, ili Interra protiv Innovusa* [Elektronnyj resurs] // GlobalSib.com. – URL: <http://globalsib.com/18351/>, svobodnyj (data obrascheniya: 10.09.2013).
29. *M`er Tomsk* pokinul svoj post iz-za raznoglasij s oblastnoj vlast`yu [Elektronnyj resurs] // RIA Novosti. – URL: http://ria.ru/tomsk/20130722/951221927.html?fb_action_ids=413133788793226&fb_action_types=og.recommends&fb_source=aggregation&fb_aggregation_id=288381481237582, svobodnyj (data obrascheniya: 15.09.2013).

СОЦИАЛЬНАЯ ТЕОРИЯ

УДК 304.2

Р.Н. Абрамов

ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИЯ НАУЧНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В РОССИИ: СООБЩЕСТВО, ЗНАНИЕ, МЕДИА¹

Анализируется феномен научной журналистики в России с точки зрения социологии профессий и науки. Обращается внимание на генеалогию профессионального сообщества начиная с советского времени. Приводится оригинальная типология научной журналистики. Предлагается сжатая характеристика научно-популярных медиа как среды профессиональной деятельности научных журналистов. Работа опирается на материалы эмпирического исследования и доступную аналитику по теме.

Ключевые слова: популяризация науки, журналистика, экспертиза, профессионализация.

Трансформация мира профессий хорошо заметна, если анализировать занятия, которые находятся на пересечении интересов, экспертной власти и статусов различных профессиональных групп, что показано Э. Эбботом [3] и другими социологами занятий и профессий в своих работах [6]. Научная журналистика является именно такой сферой занятий, поскольку, во-первых, она связана с научным знанием и принципами его транслирования, во-вторых, она включена в нормативное и практическое поле журналистики как профессии, в-третьих, научные журналисты выполняют функции посредников между научным сообществом и широкой общественностью. Поэтому объектом моего исследования является научная журналистика в России как элемент системы медиализации научного знания [5, 9].

Профессионализация научной журналистики в России уходит корнями в советский проект Просвещения, когда научно-популярное знание в области естественных наук и технологий распространялось с помощью специальных журналов и книжных серий, выходивших большими тиражами. Журналы «Наука и жизнь», «Химия и жизнь», «Природа», «Техника – молодежи» и др. являлись основой популяризации науки в СССР и стали базой для формирования сообщества научных журналистов. Статус научного журналиста уже тогда был проблематизирован: с одной стороны, функции популяризаторов науки нередко брали на себя сами ученые, а с другой – жанр научно-популярной литературы требовал профессиональных навыков, которыми обладает журналист. Поэтому в научно-популярных изданиях нередко работали

¹ Материал подготовлен в рамках коллективного исследовательского проекта «Popular Science: к социологическому пониманию пограничных состояний научного знания» № 12-05-0016, поддержанного Научным фондом НИУ ВШЭ и реализуемого научно-учебной группой исследований науки и профессий - <http://soc.hse.ru/profscience/>.

ученые, которые не нашли себя в академической профессии. Специальная подготовка научных журналистов отсутствовала, хотя с 1980-х гг. при некоторых ведущих изданиях действовали неформальные «школы» и «семинары», где происходил обмен опытом и знаниями. Наше исследование показало, что главным источником кадров научных журналистов в СССР и России стала школа-студия при известном научно-популярном журнале «Химия и жизнь». Не имея официального статуса, семинары и занятия в ней стали началом профессиональной карьеры большинства научных журналистов среднего поколения. То, что школа была организована при журнале «Химия и жизнь», было неслучайно: начиная с середины 1960-х гг. именно этот журнал стал интеллектуальным центром популяризации науки. Он имел статус академического журнала, а также находился под опекой Министерства химической промышленности СССР, заинтересованного в формировании позитивного общественного мнения в отношении полимеров, пластмасс и минеральных удобрений на волне кампании «химизации» народного хозяйства¹:

«В конце 1980-х гг. случайно поступил в школу-студию научной журналистики при журнале «Химия и жизнь». Из нее вышло очень много известных журналистов. Это была замечательная двухгодичная школа-студия. Она не столько обучала писать, сколько погружала в атмосферу науки, атмосферу научной журналистики. Это были «чаепития», мы их так называли, собирались туда раз в неделю. Это длилось два года. По итогам после этого я начал публиковать в «Химия и жизнь» заметки» (редактор научно-популярного издания).

Переход научной журналистики в постсоветский период был болезненным, поскольку, во-первых, сильно сократились тиражи изданий из-за распада системы подписки и финансирования, и, во-вторых, миссия популяризации науки оказалась неостребованной, поскольку исчез идеологический советский проект, где научно-технические популяризированные знания играли заметную роль. Также на фоне экономических трудностей и политических катаклизмов проблематика науки отошла на второй план: население почти не интересовалось новостями науки и техники. Одновременно российская наука в середине 1990-х гг. оказалась в тяжелом положении. Резкое снижение государственного финансирования и инфляция свели к минимуму уровень заработной платы научных сотрудников и преподавателей вузов. Грантовая система, как и международное академическое сотрудничество, находились в стадии формирования. В результате многие молодые ученые, завершившие обучение в аспирантурах и защитившие диссертации, не имели возможности для продолжения академической карьеры. Значительная часть их ушли в бизнес. Некоторые перешли в научную журналистику. Несмотря на все экономические сложности, жизнь в редакциях научно-популярных журналов и профильных информационных агентствах продолжалась. Для людей, выпавших из академической среды, научная журналистика стала компромиссом, позволившим не разрывать полностью со своей исходной профессиональной

¹ Здесь и далее используются фрагменты полужоформализованных интервью с редакторами и журналистами ведущих российских научно-популярных медиа, которые были собраны в ходе исследовательского проекта «Popular Science: к социологическому пониманию пограничных состояний научного знания» в 2012 г.

сферой. Сами научные журналисты понимают и принимают произошедшие с ним статусные трансформации:

«В России в научную журналистику после перестройки пошло огромное количество ученых, им просто некуда было идти. Это люди, которые не состоялись в науке – я одна из них – из таких вот ученых-неудачников, они пришли в научную журналистику. Из этой среды они вытеснили людей с журналистским образованием. Сейчас везде, в крупном и мелком СМИ, наверное, кроме телевидения, сидят люди с естественнонаучным образованием и попробуй сядь на их место – не сядешь»(редактор научно-популярного интернет-портала).

«Вообще, я по образованию я ученый, я вообще, химик, лет 10 и даже больше я работала в научной лаборатории – занималась клеточной биологией, закончила химический факультет МГУ, вот 10 лет назад я занялась, собственно, журналистикой, я писала разные обзорные статьи и новостные материалы по биотехнологии, по химии для «Науки и жизнь» и для других изданий, редактировала материал» (редактор научно-популярного журнала).

Новый этап в становлении индустрии популяризации науки наступил в 2000-х гг. Экономическое положение научных учреждений улучшилось, так же как и общая социально-экономическая ситуация в стране. Это сопровождалось появлением и ростом новых и старых медиа, включая научно-популярные издания. Наряду с относительным возрождением научно-популярных журналов, основанных в советское время («Химия и жизнь», «Наука и жизнь», «Техника молодежи»), появились издания, взявшие за образец зарубежные образцы «Popular Science». Особенность новых форматов заключалась в более развлекательном способе подачи данных, иной стилистике иллюстраций и верстки, а также в появлении больших блоков рекламной и коммерческой информации. Примерами такого рода изданий стали «Популярная механика» (издается на русском языке с 2002 г.) и русскоязычная версия «National Geographic» (издается с 2003 г.). В этих изданиях стали более активно сотрудничать не только люди с академическим прошлым, но и профессиональные журналисты.

Во второй половине 2000-х гг. деятельность в области популяризации науки стала набирать скорость. Во-первых, массовое распространение Интернета позволило создавать научно-популярные ресурсы во Всемирной сети, включая индивидуальные блоги научных журналистов и ученых, заинтересованных в популяризации научного знания. Во-вторых, государство начало интенсивную реформу науки и высшего образования, а также стало обеспечивать системную поддержку программ научных исследований в области нанотехнологий, инженерных разработок, ИТ. Поэтому ряд научно-популярных ресурсов возник при государственной поддержке и стал центром распространения научных новостей. Примером такого ресурса, в частности, стал портал www.stgf.ru, созданный в 2005 г. при поддержке Федерального агентства по науке и инновациям и Министерства образования и науки России. В-третьих, широкие и острые дискуссии вокруг реформы образования и науки породили потребность в медиаплощадках обсуждения хода и проблем реформирования. В результате появились медиа, где ученые и журналисты ведут политические и общественные дискуссии по этой проблематике.

Так началось становление гражданской и политической журналистики в области науки со своими принципами и стилем работы. Наиболее известными медиа в этой области стали газета «Троицкий вариант» и портал www.polit.ru.

На этом этапе возросли тиражи и обновилось содержание выживших научно-популярных журналов («Наука и жизнь», «Химия и жизнь») – они снова появились в газетных киосках. Продолжали создаваться новые журналы и интернет-ресурсы, специализирующиеся на популяризации науки, которые ориентировались на западноевропейские и американские стандарты популяризации науки как сферы медиа – Popular Science. В целом можно констатировать новый этап профессионализации научной журналистики в стране.

Легитимация статуса научного журналиста

Легитимация статуса научного журналиста тесно связана с его предыдущим образованием и принадлежностью к академической сфере. С одной стороны, медиа предпочитают брать на работу в отделы науки людей с образованием и научными степенями в области естественных наук: физики, химии, биологии. С другой стороны, наше исследование показало, что ученые более открыты к взаимодействию с журналистами, имеющими естественнонаучную подготовку, а не образование в области социальных и гуманитарных наук. То есть профессиональная роль научного журналиста тесно связана с символическим капиталом, обеспеченным соответствующим образованием и опытом работы. Эта традиция может быть описана в терминологии моделей популяризации науки, разработанной итальянским социологом Массимо Букки [4] – модель дефицита предполагает эпистемическую гегемонию ученых в сфере Popular Science, определяющих формы, объемы и идеологию трансляции научного знания на широкую аудиторию. Естественно, обладание символическим капиталом в виде научных степеней в области естественных наук давало преимущество в поле научно-популярных медиа, поскольку легитимировало экспертный статус его обладателя. Поэтому до недавнего времени большинство научных отделов российских изданий комплектовалось выпускниками аспирантур ведущих университетов и академических институтов страны.

И.: Но много ли приходит с журналистским образованием в научную журналистику?

Р.: Сейчас нет, я же говорю, вытеснили, им некуда приходиться, они не нужны. Если придет такой журналист на Ленту.ру и скажет «Здравствуйте, я хочу...», там вообще запрещено делать новости науки человеку, другому журналисту, чем тот, кто сидит там в отделе науки. А там сидят – один кандидат физ.-мат. наук, кандидат биологических наук» (редактор научно-популярного издания).

Только с возникновением новых научно-популярных медиа, где концепция edutainment сочетается с моделью диалога и Popular Science, доминирование людей с естественнонаучным образованием стало снижаться: гуманитарные ученые и профессиональные журналисты формируют новую модель научной журналистики. Экспертная позиция научного журналиста заключается в знании и практическом умении отбирать и адаптировать релевантные

научные знания для широкой аудитории «дилетантов». То есть научный журналист умеет работать со специализированным академическим знанием, отличая его от других видов знания («народное», «лженаучное») и семантически превращать это знание в понятное для людей, не включенных в узкоспециализированные научные дискурсы. Это создает напряжения в перспективах и возможностях профессионализации научной журналистики. Во-первых, научные журналисты вторгаются в сферу производства и оценки качества научного знания, что обычно является привилегией экспертов в той или иной научной области. Наше исследование показывает, что научные журналисты не слишком умело вербализуют проблемы, связанные с неопределенностью их профессиональной роли. Особенно это касается ученых, которые также профессионализировались в качестве научных журналистов, но всё еще остаются в академической сфере. Так, один из известных научных журналистов считает своей приоритетной профессиональной идентичностью астрономию и работу в академическом институте, хотя и констатирует важность деятельности в качестве научного журналиста. Судя по интервью, информант путается в своей профессиональной идентичности:

«Он сложный, потому что ответ может быть неправильно понят. В первую очередь себя считаю научным работником, и своей первоочередной деятельностью я считаю, что я делаю как научный работник. И если мне будет предложено выбрать, науку или научную журналистику, я, конечно, без вариантов выберу науку. Но при этом я много сил уделяю и научной журналистике тоже, потому что мне кажется это не настолько маловажная задача, даже по сравнению с наукой, чтобы ею можно было пренебрегать. Так что первостепенность науки безусловно, но она не очень значимая первостепенность. Потому что я много общаюсь с людьми, с людьми не занятыми в науке, и я знаю, какое катастрофическое сейчас с этим делом положение, скажем так, в широких <...> трудящихся» (научный журналист).

Во-вторых, научные журналисты активно влияют на публичный образ науки, давая характеристики как отдельным исследованиям, так и участвуя в формировании актуальной повестки дня – конструируя и вербализуя тематические запросы от общественности и стейкхолдеров к академическому сообществу. Медиализация [5, 9] научного знания касается не только его популяризации как включения в сферу поп-культуры, но и влияет на принятие решений о развитии или прекращении финансирования того или иного направления научного исследования. Ведь с точки зрения академического сообщества, правительственные чиновники, представители фондов-грантодателей чаще всего являются дилетантами, для которых требуется перевод научного знания на бюрократический язык. Так, для запуска государственных программ финансирования атомных проектов в США и СССР физики обращались с индивидуальными и коллективными письмами к своим правительствам, прибегая в первую очередь не к научным, а к политическим аргументам. Ядерная физика того времени была доступна для понимания узким кругом специалистов, и, соответственно, прямая апелляция к научной целесообразности не могла сработать, если обращение адресовалось «профанам». Собственно, доклады советских физиков для членов правительства и генералитета с опытом участия в Великой Отечественной войне о ходе реализации

атомного проекта можно рассматривать в качестве своеобразной формы популяризации научного знания для узкой аудитории, имеющей особый прагматический интерес к науке. В условиях неолиберальной менеджериализации сферы образования и науки от вненаучных представлений правительственных экспертов и администраторов относительно актуальности или неактуальности тех или иных научных проблем и целых направлений нередко зависят объемы финансирования академической сферы. Глобальная эпидемия нанотехнологий, обретшая влиятельных «фанов» в российских правительственных кругах, привела к созданию отдельной госкорпорации, целевым образом занятой развитием НИОКР в этой области и заботящейся о популяризации соответствующей области исследований.

В-третьих, научные журналисты изменяют семантику научного дискурса, адаптируя его к восприятию непрофессиональной аудитории, невольно ставя под сомнение обоснованность специализированного научного языка. Наше исследование показало, что и ученые-популяризаторы и научные журналисты затрудняются дать развернутый содержательный комментарий, касающийся практик и принципов реорганизации научного дискурса в контексте медиа. Научные журналисты указывают на сложность своей роли интерпретатора научного знания и его адаптации к возможностям восприятия широкой аудиторией: *«Научный журналист всё время находится “между молотом и наковальней”, чтобы донести популярно и не наврать»* (редактор научно-популярного издания). Профессиональные риски научной журналистики связаны с возможностями искажения полученной от ученых информации – опасностью *«перевернуть»* научные знания. Научные журналисты констатировали, что далеко не все научные дисциплины поддаются популяризации: в случае с математикой и другими формами «абстрактного знания» сложно подобрать подходящие метафоры и создать захватывающую историю вокруг сообщений из этих дисциплин.

«У нас в работе одна статья касается криптографии. Когда автор дошла до современных основ криптографии – а это связано уже со всякими квантовыми явлениями, со всякими механизмами шифрования, дешифрования. Там уже сложная математика, она споткнулась, попыталась упростить – в итоге много чего перевернула. В результате, в общем, эта статья у нас уже несколько месяцев в работе. Редактор наш, физик, работает с теми, с кем она беседовала, и никак это не удается довести до такого уровня, чтобы это было понятно и в то же время правильно. То есть вот сложные математические вещи трудно поддаются популяризации» (редактор научно-популярного издания).

Опрошенные нами научные журналисты указывали и на языковые сложности перевода научного текста в научно-популярный формат. Метафоры и обыденные аналогии не могут полностью заменить научного языка, а сами ученые далеко не всегда соглашались с переработанным вариантом описания их работы. В этом смысле профессионализм научного журналиста заключается в искусстве семантического лавирования между строгим научным языком и интересами и запросами широкой аудитории, ожидающей захватывающих историй из мира науки. Конечно, спортивная, криминальная, судебная, деловая журналистика сталкивается со схожими проблемами ретрансля-

ции профессиональных языков в медиа. Но есть и отличия, связанные со спецификой языка науки и характером институциональной и эпистемической автономии науки и академического сообщества.

Когда научное знание становится популярным, оно также становится и развлекательным. Опрошенные научные журналисты говорили о том, что научно-популярные тексты должны иметь острый сюжет, захватывающий внимание аудитории. Этот сюжет далеко не всегда можно увидеть в научных работах, но профессиональный навык журналиста состоит в его поиске, выявлении или создании.

«Все-таки у нас цель другая – не соблюсти научную корректность, а зацепить аудиторию этим и создать некую медиа-сферу. И ученые должны это тоже понимать и относиться к этому проще, то есть их тоже надо воспитывать» (научный журналист).

«Я чем больше работаю, тем мне всё больше кажется, что совсем обязательно, чтобы научная популяризация была безошибочная, соответствовала действительности. Вот не это цепляет людей. Я не призываю откровенно врать или спекулировать на каких-то темах, но людей интригует неизвестное что-то» (редактор научно-популярного издания).

В России существует несколько сообществ, объединяющих научных журналистов, самым известным из которых является Клуб научных журналистов – «профессиональное объединение людей, чья деятельность связана с популяризацией науки и ее освещением в средствах массовой информации», появившееся в 2004 г. В отличие от формально организованных профессиональных ассоциаций и союзов, Клуб научных журналистов является неформальным сообществом сетевого типа, членами которого становятся по личным приглашениям и рекомендациям других членов сообщества. В настоящее время это сообщество более активно в онлайн, делая тематические e-mail рассылки и обновляя сайт сообщества. Во второй половине 2000-х гг. сообщество активно проявило себя как профессиональное объединение, выражая коллективную позицию научных журналистов по темам, связанным с телепрограммами, содержащими элементы лженауки. Борьба с лженаукой в медиа стала одной из тем, мобилизующих сообщество научных журналистов. На данный момент можно констатировать наличие первых признаков появления в научной журналистике России сообщества, объединенного общей профессиональной культурой, этикой, принципами работы.

Эпистемические культуры научной журналистики России

Анализ медиaprостранства Popular Science позволяет констатировать существование двух эпистемических культур [7] в современной российской научной журналистике. Первая - «классическая», многие черты унаследовала от советской модели популяризации науки, когда научно-популярные СМИ рассматривались как транслятор научно-технического знания, получаемого от ученых и передаваемого в адаптированном виде широкой общественности. Другими словами, научные журналисты становились интерпретаторами сложного и семантически герметичного научного знания для публики, а пуб-

лика рассматривалась как объект воздействия этих просвещенческих усилий. В самом чистом виде «классическая» модель представлена в формате журнала «Наука и жизнь». Журналы «Химия и жизнь», «Знание – сила», «Техника–молодежи», хотя в целом и следовали этой модели, но довольно рано пришли к пониманию необходимости «оживления» публикуемых материалов за счет стиля, верстки, графического оформления. Многие последователи «классической» модели популяризации науки прошли через школу научной журналистики, которая многие годы работала при редакции журнала «Химия и жизнь». Выпускники этой школы неизменно подчеркивают её ключевую роль в их профессиональной социализации в качестве научных журналистов. Сегодня роль этой школы снижается относительно новых форматов обучения популяризации науки – летними школами «Русского репортера», открытыми лекциями, мастер-классами.

Вторая эпистемическая культура («*медиа*тизированная») появилась вместе с возрождением рынка медиа и распространением Интернета в 2000-е гг. Эта культура опирается на зарубежные форматы популяризации научного знания, основанные на принципах инфотеймента (infotainment) – более тесной интеграции функций развлечения и популяризации. Данная эпистемическая культура в меньшей степени центрирована на просветительской миссии научной журналистики и в большей степени озабочена современными, привлекательными для образованной молодой аудитории форматами подачи научно-популярного знания. Нередко это связано с коммерциализацией содержания научно-популярных изданий, насыщенных открытой и скрытой рекламой гаджетов и новинок бытовой техники (как, например, в русскоязычной версии журнала «Популярная механика»). Издания и медиаресурсы нового типа в меньшей степени активно используют возможности видео и инфографики и в меньшей степени рассматривают ученых как доминирующих экспертов. Здесь редакторы и журналисты не просто рассматривают себя в качестве связующего звена между учеными и публикой, но сами формируют тематическую повестку в сфере Popular Science. То есть во главе треугольника коммуникаций между наукой, медиа и обществом встают медиа, а не научное сообщество. Публике в этой системе по-прежнему отведена роль воспринимающего информацию актора, хотя значение наглядности, развлекательности и интерактивности возрастает по сравнению с «классической» моделью. Журналисты медиатизированной культуры рекрутируются не только из бывших ученых-естественников, но могут иметь гуманитарное и журналистское образование (стилистика журналистов этой культуры – «хипстеры»). В настоящее время между этими эпистемическими культурами, хотя и идет некоторая конкуренция за аудиторию, но отсутствует постулируемый конфликт интересов.

Картография научной журналистики не ограничивается двумя эпистемическими культурами, отражающими склонность к просвещенческой или медиатизированной роли журналиста, освещающего темы науки. Наука как социальный институт находится на пересечении различных интересов – государства, бизнеса, ВПК, общественности. Медиа не находятся в стороне от этих интересов, и поэтому научная журналистика это не только адаптированные истории об «открытиях, находках, свершениях». Реформирование науки и высшего образования стало специализацией журналистов, которые рас-

смаатривают эти области как объекты государственной политики и сложные экономические системы. С этой точки зрения наука становится фактом политической жизни страны, о чем свидетельствуют публикации в «Троицком варианте», портале «Полит.ру» и других изданиях. Поэтому журналистика, связанная с наукой, может быть классифицирована и степенью политизированности содержания публикуемых материалов:

– собственно *«научная журналистика»* в узком смысле этого понятия занимается распространением информации об открытиях и новостях науки, выполняя миссию популяризатора научного знания, и почти не касается политических и социальных аспектов освещения темы науки. Сами ученые нередко становятся научными журналистами-популяризаторами. Исключениями здесь являются участие в борьбе с «лженаукой», актуализация экологических проблем, связанных со всемирным потеплением, загрязнением мирового океана и т.п.;

– *новостная научная журналистика* концентрируется на потоковом освещении происходящего в науке с акцентом на занимательность, наглядность, развлекательность публикуемых материалов. Здесь миссия популяризации и просвещения замещается функцией актуального информирования и развлечения. Благодаря новостной научной журналистике тема науки присутствует в лентах информационных агентств, а выражения *«британские ученые»* стали интернет-мемами. Популярность Шнобелевской премии стала результатом понимания сферы науки как информационного повода в «обществе спектакля» [2].

– *«техножурналистика»* находится на пересечении собственно научной журналистики, коммерческой журналистики, посвященной новинкам электроники и бытовой техники, и новостной научной журналистики. В СССР «техножурналистика» была представлена журналом «Техника – молодежи», где вместе с информацией о научных открытиях рекламировались достижения советской научно-технической мысли (от новых моделей автомобилей до атомных подводных лодок), которые служат делу улучшения жизни населения, развития народного хозяйства, укрепления обороноспособности страны.

– *гражданская или политическая научная журналистика* рассматривает науку как сферу борьбы между экономическими, идеологическими и политическими группами влияния за ресурсы и власть в распределении этих символических, финансовых, организационных ресурсов. В центре внимания политической журналистики о науке в России чаще всего находятся темы плагиата, (не)удачного реформирования РАН, МГУ, финансирования и «распила» («мегагранты»), скандальных назначений и отставок, характеристики реформ академической сферы и т.п. и т.д. Собственно содержанию научной работы и освещению её результатов политическая научная журналистика отводит немного места, предпочитая рассматривать академическую сферу как поле непрерывной политической борьбы. «Троицкий вариант» и «Полит.ру» вместе с некоторыми публикациями «НГ-Наука» представляют этот профиль научной журналистики в России. Ученые также вовлекаются в политические дискуссии, инициированные гражданскими научными журналистами, однако здесь они выступают в роли сторонников той или иной стороны конфликта или концепции развития науки в стране, а не как научные эксперты.

Легитимация профессионализма научного журналиста в том числе опирается на его сетевой капитал в различных символических полях («наука», «ме-

диа», «государство»). В условиях относительной закрытости российской науки и низкого уровня доверия ученых к журналистике личные контакты и дружеские сети научных журналистов служат важным ресурсом при подготовке публикаций: согласие на комментарии, интервью, публикацию адаптированной научно-популярной статьи, экспертная оценка присланных в редакцию материалов – всё это возможно, если ученые лично доверяют научному журналисту. И хотя многие научные журналисты работают на полную ставку в том или ином научно-популярном издании, они активно публикуются в других изданиях на правах фрилансеров: приглашение написать ту или иную статью поступают по сетям коллег и знакомых и опираются на журналистскую репутацию. Для политической научной журналистики важным становится принадлежность к тому или иному конкурирующему лагерю в вузовской, ВАКовской, сколковской, министерской и академической средах: в условиях жесткой борьбы за пути реформирования науки и образования политические научные журналисты становятся идеологами, выражающими и поддерживающими позицию той или иной группировки. Более того, в ряде случаев научные журналисты и редакторы научно-популярных медиа сами становятся активными политическими игроками в этом поле.

Трансформация медиа и научная журналистика

Трансформация профессиональной роли научных журналистов происходит в результате масштабных технологических изменений, затронувших сферу медиа. Телевидение, а затем и Интернет существенно изменили содержание и формы подачи информации любого типа: клиповый видеоряд, ограниченное время, за которое нужно заинтересовать получателя информации, интерактивность, пришедшая вместе с инновационными интернет-сервисами, интерактивность и возможность самостоятельного выбора – всё это сказалось и на форматах популяризации науки, оказавшейся в жесткой конкурентной среде альтернативных публичных сфер – от политики и криминальной хроники, до спорта и туризма. Точно так же, как infotainment стал принципом работы новостных каналов, сочетающих информационную насыщенность с функциями развлечения, edutainment всё в большей степени становится подходом медиа, используемым для освещения сферы науки и технологических инноваций. Подход edutainment предполагает, что современная аудитория не в состоянии воспринимать научно-популярную информацию в устаревших «тяжеловесных» форматах, предполагавших передачу упрощенной версии научного знания от ученых и научных журналистов к публике, нуждающейся в просвещении. Концепция edutainment пересматривает роль аудитории, которая больше не определяется в терминологии пассивной публики, с одной стороны, а с другой – не ученый теперь находится на информационной вершине системы популяризации науки, а представитель медиасферы, по своему усмотрению переупаковывающий научное знание в популярные форматы. От аудитории ожидается не только внимание и уважение к науке, но вовлеченность, отклик и активное взаимодействие с научным знанием и артефактами. Например, принцип интерактивности наиболее широко стал применяться в технических и естественнонаучных музеях и теперь является базовым принципом современных музейных технологий. Согласно этому принципу, посетитель музея не просто знакомится с экспозицией, но сам вовлекается в

действие: может взглянуть в телескоп, провести эффектный физический опыт, ощутить перегрузки, переживаемые космонавтами на старте, и т.п.

Одновременно экспозиция дополняется насыщенным медийным содержанием, представленным в интерактивных мониторах, где сам посетитель выбирает интересующую информацию. В медиа заметна схожая тенденция. Наряду с традиционными публичными лекциями и экскурсиями в лаборатории и исследовательские центры активно используются возможности Интернета и медиа. Edutainment предполагает изменения и внутри сложившихся форматов подачи научной информации. Youtube и другие платформы для размещения видео создали ситуацию, когда пользователь надолго не задерживает свое внимание, просматривая один ролик, а скользит от одного ролика к другому. Соответственно, полнометражные научно-популярные фильмы и видеолекции здесь имеют меньший медийный потенциал. Поэтому ученый должен становиться популяризатором-шоуменом, способным раскрыть тему в течение 5–10 минут в яркой, увлекательной форме.

Примером нового формата может служить глобальная сеть конференций Ted (*Technology Entertainment Design*), где предприниматели, ученые, изобретатели делятся свежим знанием и идеями по широкому кругу вопросов – от личностного роста до реформ сферы образования и представлений о будущем биотехнологий. Новые медиа сделали ролики с захватывающими выступлениями ученых на конференциях Ted лидерами просмотров в сети. Отличительной особенностью этого формата стал напористый, как в презентациях бизнес-гуру или телепроповедников новых религиозных движений, стиль подачи научно-популярной информации. Продолжительность выступлений участников Ted конференций почти никогда не превышает 15–20 мин, а чаще всего находится в пределах 5–10 мин. Зрители и выступающие, присутствующие на Ted-конференциях, принимают роли участников телевизионного ток-шоу: спикеры увлекают аудиторию яркими метафорами и парадоксальными заключениями, а та откликается аплодисментами и смехом на самые удачные репризы. Сегодня формат Ted находит всё большее число поклонников по всему миру: в России конференции в стиле Ted проводятся с 2009 г.

Более утонченным и интеллектуальным форматом стал новый российский ресурс Постнаука. Основная идея – короткий, емкий тематический ролик, посвященный той или иной научной проблеме, дисциплине или открытию. Ролики представляют собой монологи ученых, записанные в студийных условиях и смонтированные до продолжительности 7–12 мин. Несмотря на очень небольшую продолжительность, каждый ролик, по сути, представляет собой сжатую научную лекцию, где присутствуют отсылки к литературе, теоретическим концепциям, а язык ближе к академическому. Задача владельцев ресурса – найти подходящих спикеров, сделать профессиональную съемку и монтаж, а потом выложить в Интернет. Любопытно, что основатель Постнауки является специалистом в области гуманитарных наук – религиоведом.

Заключение

Анализ эволюции сообщества научных журналистов в СССР и России позволяет сделать несколько выводов, касающихся путей профессионализации занятий. Традиционно большинство занятий в СССР можно отнести к Континент-

тальной модели профессионализма [1, 8], где государство играет ключевую роль. Научная журналистика в СССР также появилась как отклик на запрос государства в распространении научно-технических знаний. Государство было заинтересовано в технически подготовленных, обладающих материалистическим сознанием работниках, и разветвленная сеть лекториев, технических библиотек и научно-популярных журналов призвана была создать такого работника. В советское время научно-популярные медиа находились хотя и под давлением цензуры, но имели возможности для публикации переводных материалов о новостях зарубежной науки и техники. Кроме того, именно вокруг этих изданий стала формироваться советская science fiction. Пережив сложные 1990-е гг., профессиональное сообщество научных журналистов стало формироваться как сложный сплав традиций и принципов работы, унаследованных из советского времени, и новых подходов к пониманию технологий популяризации науки, которые тесно увязываются с медиареволюцией и запросом молодого образованного слоя городских профессионалов в «креативных» и «интерактивных» формах подачи научно-популярной информации. При этом дополнительными факторами профессиональной самоорганизации научной журналистики является её особая экспертная позиция, дающая о себе знать в коллективных формах активности: борьбе с лженаукой и обсуждении реформ науки и образования. С этой точки зрения научная журналистика также представляет интерес как объект исследования.

Литература

1. Гадея Ш. Социология профессий и социология профессиональных групп. В защиту изменения подхода // Антропология профессий, или Посторонним вход разрешен / под ред. П. Романова, Е. Ярской-Смирновой. М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2011. С. 64–83.
2. Дебор Г.-Э. Общество спектакля: пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович. М.: Логос, 1999. 224 с.
3. Abbott A. The System of Professions. Chicago: University of Chicago Press, 1988.
4. Bucchi M. Of deficits, deviations and dialogues: theories of public communication of science // Handbook of Public Communication of Science and Technology / Ed. by M. Bucchi, B. Trench. Routledge: London, 2008. P. 57–76.
5. Felt U., Fochler M. Re-ordering Epistemic Living Spaces: On the Tacit Governance Effects of the Public Communication of Science//The Sciences' Media Connection-Communication to the Public and its Repercussions/Rödder S., Franzen M., Weingart P. (eds.). Sociology of the Sciences Yearbook 28. Dordrecht: Springer, 2012. P. 133–154.
6. Freidson E. Professionalism. The Third Logic. Chicago: The University of Chicago Press, 2001.
7. Knorr Cetina K. Epistemic Cultures: How the Sciences Make Knowledge. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1999.
8. Sciulli D. Continental Sociology of Professions Today: Conceptual Contributions// Current Sociology, November 2005. Vol. 53, № 6. P. 915–942.
9. Weingart P. Science and the media // Research Policy, 1998, 27 (9). P. 869–879.

Abramov Roman N. National Research University Higher School of Economics (Moscow, Russian Federation)

PROFESSIONALISATION OF SCIENCE JOURNALISM IN RUSSIA: COMMUNITY, KNOWLEDGE, MEDIA

Key words: popular science, journalism, expertise, professionalisation

I analyze the phenomenon of science journalism in Russia in conceptual frameworks sociology professions and sociology of science. The article focuses on the genealogy of the professional community from the soviet time to nowadays. Original typology of science journalism included in the content of the article. The study bases on the empirical data that collected in the process of work in the collective research project about Popular science in Russia. Soviet time gave the start for the active development

science journalism. Famous magazines (“Science and Life”, “Chemistry and Life”, “Nature”, “Technology for youth”) became the generator of science popularization in USSR and were the area for the establishment of the professional community science journalists.

In XXI century new stage of science popularization has been started because Russian science gave financial support and internet discover new opportunities for the getting additional audition. International mode “Popular science” appeared in context of the Russian science popularization. New Popular Science internet resources were created during first decade of 2000th. Government initiated radical reform of education and science and needed in places for propaganda and discussing round problems of reforms. Experts discussed about several aspects of the development Russian science in new conditions. There are two epistemic cultures in contemporary Russian science journalism. “Classic culture” inherited many features soviet tradition of the science knowledge popularization. “Medialised culture” is growing now and combines elements of global phenomenon Popular Science and media entertainment.

New concept of science popularization is “edutainment”. The edutainment approach assumes that modern mass audition can’t to percept serious science information in traditional forms because contemporary pop culture base on easy forms of visual interactive informational content. Interactive Popular Science waits from audition more deep involvement in the interaction with science knowledge and experiments. New type of science museums give us possibility participate in practical science experiments and even “produced” personal scientific discovery. New Popular Science magazines attracts new readers to colorful illustrations, unpredictable content and stories about fashionable devices.

Youtube and other visual opportunities of web open access for new ways to the distributing science knowledge. For example, global conference network Ted (Technology Entertainment Design) is new format of exchange popular science information. TED internet resource contents a lot of short bright video presentations in several disciplines: from biotechnology to ancient human history. In Russia Postnauka.ru is new media project with the same idea and format. It is new direction for the development innovations forms of science journalism.

Russian community of science journalists has active social position about important problems of the distribution science knowledge. They are experts in complicated situations plagiarism and parascience and pseudoscience. This article explains why science journalists have expert power in these problems. A lot of professional science journalists have PhD-level degrees and can be experts in different sciences. Science journalism is interesting object for study in the perspective of sociology of science and sociology professions.

References

1. *Gadea Sh.* Sociologiya professij i sociologiya professional'nyh grupp. V zaschitu izmeneniya podhoda // Antropologiya professij, ili Postoronnim vnod razreshen / pod red. P. Romanova, E. Yarskoj-Smirnovoj. M.: OOO «Variant», CSPGI, 2011. S. 64–83.
2. *Debor G.-E.* Obschestvo spektaklya: per. s fr. S. Ofertasa i M. Yakubovich. M.: Logos, 1999. 224 s.
3. *Abbott A.* The System of Professions. Chicago: University of Chicago Press, 1988.
4. *Bucchi M.* Of deficits, deviations and dialogues: theories of public communication of science // Handbook of Public Communication of Science and Technology / Ed. by M. Bucchi, B. Trench. Routledge: London, 2008. R. 57–76.
5. *Felt U., Fochler M.* Re-ordering Epistemic Living Spaces: On the Tacit Governance Effects of the Public Communication of Science//The Sciences' Media Connection-Communication to the Public and its Repercussions/Rödder S., Franzen M., Weingart P. (eds.). Sociology of the Sciences Yearbook 28. Dortrecht: Springer, 2012. R. 133–154.
6. *Freidson E.* Professionalism. The Third Logic. Chicago: The University of Chicago Press, 2001.
7. *Knorr Cetina K.* Epistemic Cultures: How the Sciences Make Knowledge. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1999.
8. *Sciulli D.* Continental Sociology of Professions Today: Conceptual Contributions// Current Sociology, November 2005. Vol. 53, № 6. R. 915–942.
9. *Weingart P.* Science and the media // Research Policy, 1998, 27 (9). R. 869-879.

УДК 316.422

Е.В. Головацкий

ПРИНЦИПЫ ТИПОЛОГИЗАЦИИ РЕСУРСОВ ПОЛИТИЧЕСКИХ НОВОВВЕДЕНИЙ

Рассматривается специфика социологического подхода в изучении социальных ресурсов политических нововведений. Роль типологизации в изучении нововведений рассматривается в соотношении с социальным пространством, ожиданиями и рисками, приемами освоения нововведений и пр. Учитывая типологические принципы, социальные ресурсы подготавливаются к использованию в нововведениях. Предлагаются типологические принципы ресурсного оснащения нововведений с учетом различных методологических оснований.

Ключевые слова: нововведения, политические нововведения, социальные ресурсы, типологизация.

Социологический анализ в качестве сопровождения инновационных процессов имеет ряд существенных преимуществ в сравнении с другими методологическими процедурами. Социологические категории описывают состояние исследуемого объекта в совокупности связей и отношений участников, взаимодействующих в реальных процессах. Социальные индикаторы измерения содержат вариативный набор единиц измерений и весовых категорий. В определении и интерпретации социологических понятий присутствуют непарные значения и трактовки. Использование социологических процедур позволяет исследователям получать реальную «картинку» состояния исследуемого предмета. Социологическая наука использует на микросоциологическом уровне качественные и проективные методы, а на макросоциологическом уровне прибегает к междисциплинарным заимствованиям, использует факторный анализ, системный подход.

Типологизация в социологическом исследовании выступает самостоятельной контрольной и измерительной частью научной работы, процедурной частью, описанием характеристик процессов и вариантов деятельности сторон. Диагностику методологических подходов в исследовании ресурсов политических нововведений сопровождают процессуальность и видовое разнообразие социальных процессов, оснащенность используемыми или потенциальными социальными ресурсами.

Социологи в процессе исследования социальной реальности аккумулируют и используют научный капитал. Исследователи отмечают, что фактически только ученые, выполняющие общие «правила игры», обладают набором ресурсов, позволяющим использовать символический капитал науки, обобщать и применять методологические средства, научные произведения, теории и концепции (Бурдье П. Поле науки. 2002). Социальные технологии в сопровождении социологов, как правило, приобретают гибкость и адаптивность к изменяющимся условиям, что особенно важно в освоении инновационных процессов.

Использование типологического анализа в изучении социальных ресурсов политических нововведений позволяет рассмотреть варианты сочетания потенциальных и/или реальных ресурсов с видовым разнообразием нововведений.

Отметим трактовки основных понятий в работе. **Политические нововведения** определяются нами как относительно устойчивая во времени и упорядоченная совокупность актуальных приемов и средств социально-политического взаимодействия и воздействия, ранее не используемых сторонами взаимодействия, имеющих ограниченное, локальное распространение.

Нововведения являются длящимися на определенной территории (в социальном пространстве), обладают процессуальностью. Наполненность, структурные свойства и формы нововведений обеспечиваются соответствующими ресурсами. В разнообразии запасов и средств содержательную роль выполняют социальные ресурсы.

Социальные ресурсы – это актуальные и востребованные статусно-иерархические, организационные, познавательные и информационно-коммуникативные возможности субъектов, подготовленные и мобилизованные для использования и распространения в повседневных социальных практиках и политических взаимодействиях.

В механизм освоения нововведений, помимо ресурсной составляющей, структурно входят правила и нормы социально-политического взаимодействия, социальное пространство, социальные ожидания и риски, способы и приемы освоения нововведений (зачастую в сочетании с заложенными ресурсными средствами и возможностями участников инноваций), политический интерес, общественное мнение.

Учитывая типологические принципы, мы, по сути, способны «подготавливать» социальные ресурсы к использованию в нововведениях. Нами предлагаются типологические принципы ресурсного оснащения нововведений.

Принцип разумной достаточности (достаточного разнообразия). Определенная категория ресурсов обладает предельной степенью эффективного воздействия, по истечении этого срока использование ресурсов становится затруднительным или спорно эффективным. В частности, персонифицированные и технологические ресурсы малоэффективны по завершении запланированного этапа использования, если только повторное применение не заложено в саму технологию. По прошествии определенного времени в обществе может возникать интерес к ретроресурсам, оригинальным практикам их активизации и использования. И наоборот, использование в социально-политическом взаимодействии материально-финансовых запасов, «эффекта административной машины» (А. Н. Николаев) увеличивает результативность действий. Количественное наращивание ресурсов позволяет участникам взаимодействия переходить на качественно новый уровень отношений.

Мера достаточности использования социального ресурса закладывается в эмпирических показателях (количественно-качественных свойствах), она измерима на протяжении всех этапов освоения нововведений. Мы имеем в виду масштаб привлекаемых активистов и волонтеров в инновационный проект, объемы персонального участия индивидов, кадровый или партийный рекрутинг, активизацию молодежного движения и т. п. Региональные поли-

тические организации зачастую используют схему мобилизации социальных ресурсов «с запасом».

Принцип вариантности прогнозирования. «Суть этого принципа состоит в том, что разрабатываются варианты прогнозов, исходя из прогнозов рабочей гипотезы, постановки цели (в нормативном прогнозировании), и варианты прогнозного фона» [1. С. 16]. Этот принцип востребован в условиях неопределенности и высокой социальной цены ресурсных расходов. Исследователи должны придерживаться известного социоинженерного правила о наличии более чем одного исхода результата события и более чем одного варианта действия. Построение прогнозных моделей ресурсного обеспечения предусматривает основной вариант развития, варианты с наилучшими и наихудшими исходами, «нулевой вариант» (развитие ситуации без вмешательства), экспертный вариант. В условиях освоения нововведений могут предлагаться местные инициативы, которые не всегда могут быть услышаны или обнаружены властью, инициаторами политических нововведений.

Принцип диверсификации. Административные политические ресурсы, обычно трактуемые как самые эффективные/результативные ресурсы, в конкретной ситуации могут не оправдать сверхожиданий участников. Тогда прибегают к разнообразию ресурсов, в частности, используют человеческие ресурсы организаций [2], их многие исследователи относят к числу наиболее эффективных в соотношении «трудозатратность – практическая эффективность» [3]. Участники освоения нововведений планируют результат использования того или иного ресурса [4. Т. 1. С. 265]. В противном случае экстенсивное использование ресурсов ведет к росту социальных и прочих издержек, снижению социального доверия или, например, электоральной активности. В целях оптимизации и подготовки ресурсов для использования в ряде случаев привлекаются индивидуальные специалисты-консультанты, работающие либо полностью самостоятельно, либо по схеме «оболочной» (А. И. Пригожин) организации, когда каждый раз набираются нужные специалисты, советники и помощники, в том числе по принципу работы адхократического коллектива. Диверсификация позволяет распределять напряжение в освоении нововведений, выделять реальные и потенциальные возможности инновационных проектов. Обратной стороной диверсификации ресурсов нововведений является возможность исследовать отдельные, например локализованные, варианты взаимодействия типа: «социальные ресурсы – нововведения». Так, в реализации региональных инновационных проектов собственно политическая составляющая актуализируется в зависимости от политической активности. Однако вопросы социально-политического управления, практики принятия ответственных решений выступают в качестве обязательных функциональных процедур ответственных участников нововведений.

Ведущая цель. Ресурсы аккумулируются для достижения главной цели, оставшиеся запасы целесообразно распределить между второстепенными, рабочими задачами. Уместно также использовать маневренный запас ресурсов для решения текущих тактических задач, не предусмотренных в основном цикле освоения нововведений. Для решения основной задачи формируется функциональное ядро ресурсов. Целеполагающий принцип способствует координации усилий на ключевой задаче и препятствует излишней растрате

сил. Ориентация на основную задачу в сочетании с принципом диверсификации позволяет выделять магистральные блоки социальных ресурсов, которые обеспечивают базовые проекты, позволяет маневрировать запасом средств. Минусом в реализации этого принципа служит обоснование выбора главной цели или задачи, например, в конфликтной среде взаимодействия или в условиях ресурсной ограниченности «умирают», отходят на второй план интересные инициативные проекты. В 90-х гг. XX века именно таким образом были отвергнуты некоторые альтернативные социально-политические проекты развития российского общества.

Ресурсная безопасность. Переизбыток определенных социальных ресурсов может являться проблемой для освоения нововведений, так как ведет к социальной напряженности. Ресурсное тиражирование в условиях освоения нововведений осуществляется динамично, в то время как само освоение нововведений (например, повторение технологического цикла) способно осуществляться быстрее лишь в определенных возрастных и профессиональных группах. Недостаток запасов и средств также служит показателем ресурсной безопасности. Однако большинство участников и экспертов, которые освещают освоение политических нововведений, не склонны афишировать ни переизбыток политических средств, ни их недостаток. Следовательно, описывая освоение политических нововведений, целесообразно упоминать процессы пополнения, а не накопления политических ресурсов. Ресурсная безопасность рассматривается нами в двух направлениях: безопасность наличных или потенциальных социальных ресурсов от ситуаций, влияния участников нововведений (предусматривается учет расходования ресурсов, запасы, воспроизводство и т. п.); безопасность инновационных проектов и технологий от ресурсного потенциала или от возникновения ситуаций «ресурсного голода», применительно к нововведениям, реализуемым участниками социально-политического взаимодействия.

Необходимо учитывать объективные параметры реальных социальных ресурсов. Завышенные ожидания от использования ресурсов удерживают социальную систему в напряжении, однако способствуют диверсификации запасов и средств. Последствия распределения ресурсов в условиях нововведений в конечном итоге могут способствовать появлению упущенных/неиспользуемых ресурсов, например выключению регионального потенциала молодежи или интеллигенции. Искусственно такую ситуацию могут культивировать трансфертные проекты политических нововведений. Реальное состояние знает рождение и смерть, будь то физиологическая трансформация или архивирование старых проектов и идей, или замена одного вида ресурсов на другой. Реальное живет в опасности. Моделирование может предполагать варианты развития ситуации с практически бесконечным числом итераций, и наоборот, реальные социальные процессы ограничены во времени и условиях своего формирования и реализации. Общество защищает свои элементы, имитируя угрозу (опасности), может притуплять чувство опасности ложными обещаниями, религиозными ритуалами, демонстрацией силы и использовать новые технологии.

Нововведения процессуально имеют свои жизненные циклы. Угасание нововведения начинается в тот момент, когда возникает идея создания чего-то нового. Вместе с тем проблема ресурсной безопасности напрямую связана с восполнением и аккумулярованием ресурсов в обществе. Информация и знания – практически неиссякаемый тип ресурсов, и современные модели образования в обществе в целом направлены на поддержание этого ресурса в функционировании социальных институтов образования, воспитания, семьи, коммуникации и т. д.

Принцип ресурсной доступности. Ввиду того, что мы рассматриваем реализацию политических нововведений в процессуальном аспекте, мы отмечаем, что ресурсы в инновационных процессах имеют свойство не только аккумулироваться и храниться в обществе, но и распределяться в ходе освоения политических нововведений в обществе. Заявленный принцип рассматривает возможности и ограничения самих ресурсов и направленность действий сторон, реализующих ресурсы в политических нововведениях. Вопреки распространенному мнению об открытости социальных ресурсов для использования, подчеркнем, что данный вид ресурсов уникален уже самим источником формирования: он складывается в социальной системе, с учетом правил и норм общества, социокультурной и исторической протяженности общественного развития, процессов институционализации, трансформации и развития. Каждое использование (применение) социального ресурса уникально и единично для истории его собственного существования. Современные социологи постмодерна утверждают, что есть возможность имитации, клонирования, симулирования социальных актов и практик социально-экономического и политического взаимодействия в нашем обществе. Символический характер многих социальных актов подтверждают социологи интеракционистского и феноменологического направления. Лозунг известного своими чудачествами кинорежиссера Э. Кустурицы «Жизнь как чудо!» приобретает конкретное измеряемое значение. Социологи системного направления отмечают уникальность социальных актов. При этом они исходят из правила системной теории: изменения свойств и качеств элемента системы несводимы к общим свойствам системы, в то же время утрата элементами системы некоторых собственных свойств не позволяет говорить о полноте системы и ее функциональности (принцип эмерджентности).

Ограниченность ресурсной базы для исполнителей нововведений оборачивается, помимо очевидных трудностей и дополнительных затрат, необходимостью использовать новые возможности, а это связано, как правило, с проективными, поисковыми практиками, зачастую компромиссными решениями и определенными рисками.

Принцип ресурсной концентрации. Социальные ресурсы не рассматриваются нами в качестве разбросанных по территории, хаотично выстроенных запасов и средств. Социальные ресурсы политических нововведений – это в основной массе упорядоченные и заранее отоброшенные запасы и средства, предназначенные исполнителями для конкретных задач и технологических этапов. В инновационных процессах присутствует определенная (иногда скрытая от обывателей) логика освоения, в связи с которой участники нововведений активизируют социальные запасы и средства поочередно

или в заданной последовательности, лишь в исключительном случае прибегая к необоснованным мобилизационным мероприятиям. Ресурсы, будучи расположенными на конкретном поле реализации (например, масштаб территории, региона, экономико-географического района и т. п.), имеют собственную историю существования. Точки концентрации социальных ресурсов на территории способны отличаться от моделируемого расположения или транзитивных процессов, сопровождающих освоение нововведений. Итоги множества социологических опросов закрепляют суждение населения о том, что видовое разнообразие ресурсов расширяется и аккумулируется по направлению от периферии к географическому и политическому центру. Данный принцип можно предложить и для детализации видового состава ресурсов и предположить, что происходит перетекание/концентрация интеллектуальных социальных ресурсов по «центростремительному» принципу. Мы предполагаем, что распределение эксклюзивных, уникальных ресурсов не соответствует изложенному правилу и описывает события, развивающиеся согласно принципам диффузного рассеяния и вероятностным моделям.

Ресурсная дополнительность. Сам методологический принцип дополнительности разработан и представлен на международном конгрессе в 1927 г. датским физиком Н. Бором в связи с интерпретацией законов квантовой механики. «Интерпретация эмпирического материала в существенном покоится именно на применении классических понятий» [6. С. 30].

В общем смысле принцип дополнительности описывает, что в процессе познания для воспроизведения целостности объекта необходимо использовать взаимоисключающие, «дополнительные» понятия, которые применимы в своих особых условиях. «Физический смысл принципа дополнительности заключается в том, что квантовая теория связана с признанием принципиальной ограниченности классических физических понятий применительно к атомным и субатомным явлениям» [5].

Принцип позволяет учитывать не единичные свойства определенных ресурсов, а комбинировать их набор с учетом цели и задач инновационного проекта. Привлекательные с точки зрения социальной цены ресурсы могут компенсироваться продолжительными технологиями их освоения.

Современные европейские социологи предлагают рассматривать социальные связи и отношения в нашем обществе как гибридные отношения человека с материальным миром, особенно в проявлениях «второй природы». Здесь социальные ресурсы, а вернее их носители, получают ряд новых свойств, например, высокую мобильность, коммуникативную компетентность, информационную защищенность, рекреационные предпочтения и скрытые возможности сохранения жизненной энергии. Западный социолог Джон Урри пишет: «...Социальные отношения изменяются под воздействием «нечеловеческих объектов» – машин, технологий, текстов, образов, физической среды и т. п. В то же время человеческие во все большей степени определяются сложными взаимосвязями людей с материальными объектами ... Речь должна идти о гибридах человека и нечеловеческих объектов. Общества конституируются как субъектами, так и объектами» [7. С. 597]. С этим можно согласиться.

Комбинаторика ресурсного обеспечения в политических практиках – явление не новое, это является визитной карточкой политической инноватики. Среди примеров можно назвать организационно-технологические и материально-технические ресурсы, предназначенные для обеспечения современных выборных кампаний, «виртуальную политику», электронное правительство, новые информационные способы политического участия населения, дистанционные технологии мобилизации социальных ресурсов в процессах социально-политического взаимодействия. Полагаем, что данные виды ассимиляций функциональны и имеют право на существование, пока новые гибридные формы ресурсного сочетания выполняют субсидиарную функцию, не заменяют выбора самого человека.

Принцип оптимального доминирования социальных ресурсов. Существует множество примеров эксплуатации социальных ресурсов в ущерб общественным интересам, жизненным силам общества. Интенсивное использование социальных ресурсов заманчиво с точки зрения полноты охвата, относительной (условной) неисчерпаемости, популярности приемов и практик, наглядности, разнообразия форм их в мобилизации участниками нововведений. Этот принцип означает, что данному состоянию политических нововведений должны соответствовать используемые возможности, они соразмерны, адекватны объемам нововведений. Социальная практика имеет собственную логику, объективную по отношению к исследователям. Мы не можем игнорировать тот факт, что массовизация политического участия повышает не только политическую культуру, но и социализирует население. Параллельно повышается и уровень неопределенности в выборе избирателей, уровень абсентеизма, усиливаются аполитичные и антиполитические тенденции. В начале 2000-х гг. на Украине и в Крыму исследователи, проводившие квартирные и домовые опросы, столкнулись с отказом респондентов не только отвечать на вопросы анкеты, но даже начинать общение, социологи не могли работать. Одной из основных причин подобного поведения стало повальное увлечение политических сил разного уровня и толка соцопросами, попытки под видом исследований проводить агитационные и контрагитационные мероприятия, наличие «тест-эффектов», ангажированность местной власти и СМИ. Большое число волонтеров из разных слоев общества, преимущественно молодежь, заполнили улицы украинских городов. Некоторые украинские политики, вероятно, скопировали политические приемы из российской практики второй половины 1990-х гг., когда активное использование социологических и псевдосоциологических исследований привело к погрешностям в прогнозах крупных исследовательских контор, содействовало росту абсентеизма, отмене или снижению порога явки на выборы, особенно местного и регионального уровня, замене выборной практики назначениями в традиции постсоветской кооптации.

Соблюдение меры в массовизации социальных ресурсов. Социальный характер ресурсов задает массовость практик и акторов, привлекаемых к взаимодействию. Некоторые виды социальных ресурсов не используются в массовых объемах. Социокультурные практики взаимодействия не всегда подвержены массовизации и тиражированию, особенно когда речь идет о ресурсах территорий или местных сообществ. Экспертные услуги чаще всего

ориентированы на конкретные задачи и аудиторию, определяются этапы проверки и время экспертизы. Волонтерская деятельность, как правило, не предусматривает полную занятость по сопровождению проектов, активисты могут использовать свободное личное время. В современном обществе реализуются новые направления социальной коммуникации, использующие принципы дистанционного участия в социально-политическом взаимодействии.

Накопление социальных ресурсов в публичной политике – процесс непрерывный. Во время освоения политических нововведений в обществе некоторые ресурсы начинают себя репродуцировать. По мнению американского социолога А. Этциони, такой способностью обладает большинство ресурсов власти, когда новая ситуация продуцирует новое сочетание механизмов и средств использования административных политических ресурсов.

На наш взгляд, в разработке и использовании механизма инновационного назначения не следует пренебрегать формами демонстрации моделей, презентующих экспериментальные образцы нововведений, формами реализуемых и распространяемых нововведений, предложенных обществу для освоения, и теми формами нового, которые должны быть освоены простыми людьми. Такие формы должны быть понятны, доступны, снабжены конкретикой, соотношенной с привычной политической и социальной практикой.

Перечисленные принципы позволяют представить типологическое разнообразие ресурсов в процессах освоения политических нововведений, задать достаточную сложность видового разнообразия сочетания ресурсов и нововведений в освоении. Типологическое разнообразие в подходе исследователей к ресурсам политических нововведений подчеркивает сложносоставную структуру самих нововведений и вариантов их ресурсного обеспечения.

Литература

1. *Прогнозирование* социальных резервов регионального развития / под ред. В.К. Потемкина. СПб.: Институт проблем региональной экономики РАН, 1999. С. 16.
2. *Армстронг М.* Практика управления человеческими ресурсами: учебник: пер. с англ. 8-е изд. М.: Питер, 2004. 831 с.
3. *Васильева Т.А.* Ресурсное взаимодействие третьего сектора: усиление социальных ориентиров. 2-е изд., доп. и испр. М.: Знание, 2007. 239 с.
4. *Резник С.Ю.* Управление человеческими ресурсами как разновидность менеджмента в его социокультурном понимании // Рос. об-во и социология в XXI веке: социальные вызовы и альтернативы: материалы Междунар. науч. конф. «Ломоносов-2003»: в 2 т. М., 2003. Т. 1. С. 261–267.
5. *Дополнительности* принцип. Ин-т философии РАН. «Новая философская энциклопедия». – URL: <http://iph.ras.ru/elib/1010.html> (дата обращения: 16.02.2013 г.).
6. *Бор Н.* Избранные научные труды. М., 1970. Т. 2. С. 30.
7. *Урри Дж.* Социология за пределами обществ. Мобильности двадцать первого столетия // Социологическая теория: История, современность, перспективы. СПб.: Владимир Даль, 2008. С. 597.

Golovatsky Eugene V., Kemerovo State University (Kemerovo, Russian Federation)

PRINCIPLES TYPOLOGY RESOURCES POLITICAL INNOVATION

Key words: innovation, policy innovation, social resources, typology

This article discusses the principles of typological diversity resource equipping political innovations. Typology in the sociological study is an independent measurement and control part of the scientific work.

Political innovations are defined as relatively stable in time and ordered set of relevant methods and means of social and political interaction and feedback.

In the mechanism of development of innovations, in addition to the resource component includes structural rules and norms of social and political engagement, social space, social expectations and risks, methods and techniques of developing innovations, etc.

The article proposes typological principles of resource equipment innovations.

The principle of reasonable sufficiency (enough variety).

The principle of variance forecasting demand uncertainty and high social costs of resource costs.

The principle of diversification is the need to diversify the social resources, particularly human resources are used, the possibility of groups and organizations.

Accumulate resources to achieve the main (leading) objectives, the remaining reserves is advisable to distribute between secondary, workloads.

Resource security. Oversupply of certain social resources can be a problem for the development of innovations, leading to social tensions;

Principle of resource availability examines the capabilities and limitations of the resources themselves and the course of action of the parties implementing resources for political innovations.

Principle of resource concentration, considers that the resources and reserves ordered funds intended for specific tasks and process steps.

Resource complementarity principle takes into account not individual properties of certain resources, and combine them based on a set of goals and objectives of the innovation project.

The principle of optimal social domination of resources means that this state must comply with the political innovations used features, they are proportionate and adequate amount of innovation.

The principle of compliance measures massivization social resources.

Typological diversity in the approach to the resources of political innovations emphasizes a composite structure themselves innovations and options for resource support.

References

1. *Prognozirovanie* social'nyh rezervov regional'nogo razvitiya / pod red. V.K. Potemkina. SPb.: Institut problem regional'noj `ekonomiki RAN, 1999. S. 16.

2. *Armstrong M.* Praktika upravleniya chelovecheskimi resursami: uchebnik: per. s angl. 8-e izd. M.: Piter, 2004. 831 s.

3. *Vasil'eva T.A.* Resursnoe vzaimodejstvie tret'ego sektora: usilenie social'nyh orientirov. 2-e izd., dop. i ispr. M.: Znanie, 2007. 239 s.

4. *Reznik S.Yu.* Upravlenie chelovecheskimi resursami kak raznovidnost' menedzhmenta v ego sociokul'turnom ponimanii // Ros. ob-vo i sociologiya v XXI veke: social'nye vyzovy i al'ternativy: materialy Mezhdunar. nauch. konf. «Lomonosov-2003»: v 2 t. M., 2003. T. 1. S. 261-267.

5. *Dopolnitel'nosti* princip. In-t filosofii RAN. «Novaya filosofskaya `enciklopediya». – URL: <<http://iph.ras.ru/elib/1010.html>> (data obrascheniya: 16.02.2013 g.).

6. *Bor N.* Izbrannye nauchnye trudy. M., 1970. T. 2. S. 30.

7. *Urri Dzh.* Sociologiya za predelami obschestv. Mobil'nosti dvadcat' pervogo stoletiya // Sociologicheskaya teoriya: Istoriya, sovremennost', perspektivy. SPb.: Vladimir Dal', 2008. S. 597.

УДК 316:165

Н.А. Иванова

О НОВЫХ ТЕНДЕНЦИЯХ В СОЦИАЛЬНОЙ ЭПИСТЕМОЛОГИИ: АГЕНТ-СТРУКТУРНЫЙ ПОДХОД И «ПОВОРОТ К МАТЕРИАЛЬНОМУ»

Рассматривается ключевое для современной социальной эпистемологии понятие «социальное». Делается вывод о том, что предложенные современной социальной наукой трактовки социального в рамках агент-структурного подхода и поворота к материальному являются эвристически ценными для философского анализа современной науки. Агент-структурный подход позволяет осуществлять анализ науки как практики, в которой коммуникативные и институциональные аспекты образуют взаимосвязанное единство. Интерес к материальному измерению, характерный для современных социальных исследований науки и технологии, предоставляет концептуальные и методологические ресурсы для изучения современного состояния науки, которое все чаще описывают с помощью неологизма «технонаука», понимаемого не столько как синтез прикладных и фундаментальных исследований, сколько как единство когнитивного и материального, интеллектуального и технического.

Ключевые слова: наука, социальная эпистемология, социальность, агент-структурная интеграция, поворот к материальному.

Философская рефлексия в отношении изучения социального измерения науки демонстрирует два основных подхода. Первый характеризуется идеалом «чистого» знания, свободного от любых «внеэпистемологических» влияний. Второй, признавая субъективные основания познания, настаивает на социокультурной обусловленности всех типов знания, включая научное. Признание того, что адекватное постижение любой формы мышления невозможно без выявления его социокультурных оснований, составляет основную интенцию современной социальной эпистемологии. При этом концептуализация «социального», «культурного» и «когнитивного» в настоящее время остается одной из самых сложных и актуальных задач данного направления. В общем виде трактовки «социального», востребованные социальной эпистемологией, можно разделить на те, которые в рамках традиционного подхода отождествляют социальное либо с многообразием форм взаимодействия людей, либо с широким социальным фоном (структурами, институтами). В результате исследования сосредоточиваются на изучении институционального или коммуникационного аспектов науки. «Новые» же тенденции, во-первых, демонстрируют желание понять науку не как готовый продукт (систему знаний или социальный институт), а как реальный процесс научной практики, где понятие «социальное» указывает на коллективный процесс сложной координации и мобилизации усилий, навыков и умений, необходимых для получения надежного результата. Во-вторых, характеризуются критикой традиционных оппозиций субъективного-объективного, индивидуального-коллективного, внешнего-внутреннего, идеального-материального. И как

частный случай предлагается пересмотреть роль телесности и вещиности, которые в современных исследованиях выступают участниками социального взаимодействия.

Предметом данного исследования выступают такие версии «новых» тенденций в трактовке «социального» и их последствия для социальной эпистемологии, как агент-структурный подход и «поворот к материальному». Первый связан с вопросом поиска оснований при объяснении социальной реальности: следует ли искать подобное основание в сознании и воле субъекта или необходимо отталкиваться от структурных отношений, а действия субъекта могут быть вынесены за скобки? И исходит из того, что в настоящее время на повестке дня социальной теории стоит задача интеграции действия и структур, разрыв между которыми был ахиллесовой пятой общественной науки [1. С. 101]. «Поворот к материальному» представляет собой особое дискуссионное пространство исследований науки и техники, в котором ставится вопрос о материальности социального мира [2. С. 7].

Агент-структурная интеграция в современной западной социальной науке представлена в работах Э. Гидденса, П. Бурдьё и Ю. Хабермаса. Истоки же данного подхода принято связывать с работами Н. Элиаса, переоткрытыми во второй половине XX века. Основную задачу своих исследований Н. Элиас видит в преодолении оппозиции между обществом и индивидом и исходит из убеждения в генеалогии всех общественных состояний. Избежать противостояния между обществом и индивидом призвано понятие «фигурации», которое, являясь понятийным инструментом, призвано решить задачу преодоления исторически и социально обусловленной поляризации образа человека как индивида, с одной стороны, и человека как общества, с другой. Фигурации могут быть применены как к большим, так и к малым группам. При таком подходе знание есть результат взаимообусловленного процесса общественной и индивидуальной жизни. Утверждая вслед за К. Мангеймом автономию естественнонаучного знания, возможность рассматривать их вне ссылок на исторический контекст, Н. Элиас настаивает на социальном генезисе социально-гуманитарных понятий, таких как «культура» и «цивилизация». На примере понятия «цивилизация» он показывает, как, описывая различные факты, оно одновременно выражает национальное самосознание. Сегодня общеизвестно это национальное различие использования понятия «цивилизация». В английской и французской традициях оно подразумевает идею прогресса западного мира, а его употребление в немецком языке отсылает к ценностям второго порядка, отражающим внешнюю сторону человеческого существования. Это различие, по мнению Н. Элиаса, труднообъяснимо для тех, кто не принадлежит к данным типам общества, так как, подобно другим понятиям, их содержание раскрывается в совместном опыте переживания, отражая историю группы. Одновременно генезис понятий связан с опытом отдельного индивида, который на основе наличного словесного ресурса наполняет их новыми смыслами, которые получают широкое распространение, потому что становятся инструментами, выражающими общий опыт. Использование метафоры «игры» позволяет подчеркнуть взаимозависимость участников фигурации, которые являются одновременно и союзниками, и противниками. Основным же остается традиционный для социальной теории вопрос:

что объединяет людей в фигурации? [3. С. 65] Н. Элиас утверждает, что ответ может быть получен на путях исторической методологии. Вывод о том, что процесс цивилизации есть результат давления, контроля и запрета (принуждения и самопринуждения), сегодня считается слабым местом концепции Н. Элиаса, так как означает отрицание свободы и возможности самореализации. Однако в настоящее время вопрос о свободе и принуждении (ограничениях) является одним из самых актуальных в свете идеи «трансгуманизма», сторонники которой настаивают на положительном эффекте разработок, связанных с изменениями человеческой природы, в то время как их критики указывают на негативные последствия подобного вторжения.

Вопрос о взаимосвязи структуры и действия является главным в теории Э. Гидденса наряду с интересом к вопросам пространства и времени. Будучи учеником Н. Элиаса, Э. Гидденс настаивает на «дуальности» структуры и действия, означающей, что субъекты вовлечены в структуры, а структура представлена в субъекте. Другими словами, социальные структуры, которые принуждают и дают возможность действовать, одновременно сами являются результатом постоянной модификации в процессе практики агентов и предметом их рефлексивного анализа. В работе «Устроение общества: Очерки теории структуриации» Э. Гидденс раскрывает понятие «дуальность структуры» посредством категорий «структура», «система» и «структуриация» следующим образом: «Структура, как регулярно воспроизводящиеся «наборы» правил и ресурсов, существует вне времени и пространства, проявляется в памяти индивидов в виде «отпечатков» социальной практики и отличается «отсутствием субъекта». Социальные системы, обладающие структуральными свойствами, напротив, существуют в виде воспроизводимых в пространстве и времени ситуативных действий субъектов деятельности. Анализ структуриации социальных систем предполагает изучение способов производства и воспроизводства этих систем – основывающихся на осмысленных действиях акторов, занимающих по отношению друг к другу определенные позиции и использующих правила и ресурсы в разнообразных контекстах деятельности – в процессе взаимодействия» [4. С. 69–70]. В соответствии с идеей «дуальности» структуры и действия неразрывно переплетены в практиках, которые следует понимать рекурсивно, т.е. действия не порождаются сознанием и не создаются социальными структурами, а сознание и структуры создаются через практики. Э. Гидденс утверждает, что социальные институты могут быть адекватно осмыслены при условии понимания того, как различные формы деятельности осуществляются в пространстве и времени, что требует от социальной науки пересмотра дисциплинарных границ, которые отделяют ее от географии и истории. И на этом основании критикует традиционный разрыв между историей и социальной теорией, где задача первой – осуществлять анализ событий в определенном пространственно-временном диапазоне, деятельность второй связана с обобщениями вне пространства и времени. Подобное разделение есть результат разделения труда внутри интеллектуальной традиции и не имеет логического и методологического противостояния.

Значимым для современной социальной эпистемологии аспектом в теории Э. Гидденса являются понятия «дискурсивное» и «практическое сознание». «Дискурсивное сознание» отсылает к осведомленности субъектов о со-

циальных условиях собственных действий, представленной в вербальных выражениях. Оригинальное понятие «практическое сознание» направлено на обозначение компетентности субъектов относительно условий своей деятельности, не представленной в дискурсивной форме, и потому отсылающее к понятию «рутина». Эти две формы компетентности приводят Э. Гидденса к выводу о гибком характере отношений между научным и обыденным познанием, теорией и практикой. Конечно, отличие существует, но оно неизбежно оказывается подвижным. Данное обстоятельство важно, во-первых, в связи с признанием фонового характера научного знания, обозначенного в работах М. Полани понятием «неявное знание». Во-вторых, оно указывает на связь научных теорий с их практическим основанием. Это не означает, что любители и специалисты используют тождественные критерии анализа. Однако можно говорить о взаимосвязи критериев «правдоподобие» и «достоверность», которыми оперируют субъекты в повседневных и специализированных практиках. Теория Э. Гидденса содержит идею непреднамеренных последствий, которые становятся возможными в силу того, что преднамеренное последствие располагается в более широком контексте, свойства которого выходят за рамки компетенции и контроля отдельного субъекта. Непреднамеренным по своим последствиям, видимо, будет являться использование логики «экономической эффективности», лежащей в основе менеджерских решений в сфере российского высшего образования и науки.

Согласно теории практики П. Бурдьё, предметы познания не пассивно отражаются (позиция позитивистского материализма), а конструируются, но не произвольным образом, как утверждает интеллектуалистский идеализм. Основой структурирования является принцип, представленный системой «структурированных и структурирующихся диспозиций, формирующихся в практике и постоянно направленных на практические функции» [5. С. 100]. Другими словами, теория П. Бурдьё есть попытка ответить на ключевой для социальной эпистемологии вопрос о том, как соотносятся между собой ментальные и социальные структуры. Констатируя диалектическую связь между действием и структурой, П. Бурдьё описывает ее с помощью понятий «габитус» и «поле». Под габитусом понимаются персонифицированные социальные структуры, продукты интериоризации социального мира. Понятие «поле» трактуется не структурно, а реляционно как отношение между объективными позициями, существующими независимо от индивидуальной воли и сознания. Проявлением диалектического единства поля и габитуса как раз и является практика. Поле есть критический посредник между практикой акторов и окружающими социальными и экономическими условиями. Отвечая на вопрос о движущих силах функционирования и трансформации поля, П. Бурдьё полагает, что принцип динамики поля заключается в его структуре, в частности, в дистанциях, зазорах, асимметрии между различными специфическими силами, противостоящими друг другу. Бурдьё отрицает существование трансторических законов отношений между полями, и отсюда следует необходимость исследовать каждый исторический случай отдельно [6. С. 109]. Эмпирическое же изучение социальных полей открывает, с одной стороны, специфические особенности присущие определенному полю, с другой – позволяет выявить общие правила. К последним П. Бурдьё относит на-

личие специфической формы интереса, который объединяет тех, кто существует в данном поле, а также наличие определенных ставок. Для функционирования любого поля необходимы субъекты, которые обладают соответствующим полем габитусом, содержащим в себе знание и признание правил игры в данном поле. Поле – это пространство потенциальных и активных сил, направленных на сохранение или преобразование конфигурации полей, т.е. это место борьбы, в котором агенты, занимающие разные позиции, реализуют различные стратегии.

В отношении науки П. Бурдье исходит из того, что истинность науки обусловлена особыми социальными условиями производства: определенным состоянием структуры и функционирования научного поля [7]. Специфической ставкой (или интересом) в поле науки является научный авторитет (монополия на научную компетентность как легитимное право говорить и действовать от лица науки). Идее «царства общих целей», характеризующей научное сообщество, П. Бурдье противопоставляет идею борьбы. Примером могут служить непрекращающиеся эпистемологические дискуссии о природе научного открытия (открытие нового феномена в форме эмпирической аномалии или его теоретическая интерпретация), с одной стороны, и противостояние двух принципов научных практик (экспериментальной и теоретической), с другой. В общем виде это означает, что в поле науки не существует абсолютной легитимирующей инстанции, обеспечивающей легитимацию, так как «судья» всегда одновременно выступает в роли «ответчика». Что ставит под сомнение идеи объективности и беспристрастности, незаинтересованности и дистанцированности в отношении критериев оценки и условий производства научного знания. Однако идея структурирующих структур не позволяет трактовать научное знание в духе крайнего релятивизма. В целом к особым социальным условиям производства научных истин П. Бурдье относит требования автономии поля науки от других социальных полей, высокую «цену» за вход (требование освоения накопленных ресурсов), а также объективное согласование практических схем.

Являясь крупнейшим социальным теоретиком современности, немецкий мыслитель Ю. Хабермас вопрос об отношении структуры и действия рассматривает в рамках теории «колонизации жизненного мира», где действия представляют «жизненный мир», а «колонизация» осуществляется структурами при условии, что и то, и другое есть стороны одной медали – социального мира. Причины современного кризиса он усматривает во вторжении императивов экономического роста и государственных структур «во внутренние коммуникативные структуры исторических жизненных миров» [8. С. 41]. В отличие от критиков современности, скептически настроенных в отношении ее освободительного потенциала, Хабермас выявляет возможности современности, усматривая их в расширении процесса рационализации. Модерным, согласно воззрениям Хабермаса, можно считать все то, что способствует объективному выражению спонтанно обновляющейся актуальности духа времени. Он выделяет две формы рационализации. Одна характерна для социальных систем и проявляется в усложнении и дифференциации экономических и административных структур. Рационализация же практик повседневной жизни характеризуется расширением возможностей открытой и сво-

бодной коммуникации. Различение коммуникативного действия и дискурса позволяет обнаружить скрытый мир коммуникативной деятельности путем такой формы общения, которая продиктована желанием совместного поиска истины. Дискурс в своей идеальной форме путем аргументации и доказательства позволяет достичь цели коммуникации – истины, понимаемой как совместная выработка видения и решения проблем. Другими словами, ориентированное на взаимопонимание действие обладает рациональной структурой, включающей в себя язык как «механизм координации действий и достижения согласия, основывающегося на intersубъективном признании и притязаний на значимость» [9. С. 3]. Приложение идей Хабермаса к анализу науки означает признание бюрократического и экономического давления в отношении научной деятельности, с одной стороны, и необходимости открытого и свободного обсуждения внутренних и внешних аспектов науки – с другой.

Частным случаем проблемы взаимосвязи объективного и субъективного является вопрос об отношении знания и интереса, поднятый в работах раннего периода творчества Ю. Хабермаса, где уровень знаний носит объективный характер, а интересы являются феноменом субъективным. Так как диалектическая взаимосвязь знания и интересов носит неявный характер, задача исследователя их вскрыть. Ю. Хабермас выделил три типа интереса. Первый представлен классическими позитивными науками и обусловлен интересом технического контроля и предсказания. Второй представлен гуманитарными науками, вызванными интересом взаимопонимания и понимания самого себя. Понимание современности возможно посредством изучения прошлого. Третий тип знания (критическая теория) инициирован интересом эмансипационным, способствующим процессу рационализации. Позиции Ю. Хабермаса близка идея «открытой рациональности», разрабатываемая отечественной эпистемологией и философией науки, где она описывается как установка на критическую рефлексию оснований собственной познавательной деятельности субъекта, инициирующая свободное и ответственное отношение к миру в целом [10]. Другими словами, практический характер научной теории выражается в ее перформативном характере. Однако связь между знанием и реальностью не носит произвольного и однозначно каузального характера. Такая связь представляет собой, по версии Ю. Хабермаса, результат демократического развития современного общества, в котором двоякому отношению субъекта к объекту (когнитивно-инструментальному) противопоставляется установка на рациональную дискуссию важных для общества решений в экономической и политической сферах. На необходимости широкой общественной социально-гуманитарной экспертизы в отношении развития науки и технологии настаивает в своих работах В. Г. Горохов. В частности, он пишет, что в рамках новой парадигмы научно-технического развития современные наука и техника обязаны учитывать мнения и деятельность свободных общественных индивидов, включенных в сферу исследования и проектирования уже на стадии предварительной оценки последствий научных и инженерных технологий [11. С. 73–74].

Сравнительный анализ позиций представителей агент-структурной интеграции позволяет обнаружить как общие, так и различные моменты. Различие проявляется, во-первых, в трактовке агента, под которым понимается как ин-

дивидуальный, так и коллективный субъект, а иногда и то и другое. Во-вторых, интерпретация понятия «структура», которая отождествляется либо с организациями, либо с отношениями. Различными являются основания концептуальных построений: либо обращением к функционализму и структурализму, либо к теории систем. Общим же является неприятие традиционной оппозиции структуры и действия и использование понятия «практика», предназначенного объединить материальные и идеальные, субъективные и объективные, индивидуальные и коллективные аспекты социальной реальности. Общим является требование концептуального и эмпирического обоснования. Последнее отвечает позиции крупнейшего представителя отечественной социальной эпистемологии И.Т. Касавина, который к методологической специфике социальной эпистемологии относит междисциплинарность, понимаемую как использование концептуальных подходов (системного, эволюционного, информационного и др.) и данных эмпирических исследований (когнитивных, антропологических, лингвистических и др.), результаты которых подлежат критической рефлексии [12]. В качестве промежуточного итога следует сказать, что идеи Э. Гидденса, П. Бурдьё и Ю. Хабермаса как в аспекте критики, так и в качестве теоретических и методологических оснований в настоящее время вдохновляют многих исследователей науки и технологии.

К новым формам концептуализации «социального» в духе «поворота к материальному» следует отнести исследования в области социологии науки и технологии, осуществляемые Б. Латуром, К. Кнорр-Цетинной, Э. Пикеринг, а также работы ряда отечественных авторов. Особенностью данного подхода является нежелание следовать картезианскому дуализму, с одной стороны, и принципу замещения материального «символическим» – с другой.

Анализ понятия «социальное» в рамках акторно-сетевой теории осуществляет французский исследователь Б. Латур. В статье «Об интерсубъективности», подводя итоги своего сотрудничества с М. Каллоном и интереса к социобиологии, Б. Латур делает вывод, что первоначальные опасения, связанные с расширением понятия социального и его редукции к биологическому, оказались напрасными – маятник качнулся в сторону политической философии. Однако именно в связи с положениями социобиологии социальная теория должна переопределить понятие «социальное» в отношении его использования применительно к человеку, поскольку допускается социальный характер животного мира. Б. Латур предлагает различать комплексную социальность и сложную. Первая существовала до появления человека и чаще всего отождествляется с цепочками взаимодействий, предполагающих акторов, их физическое присутствие и действия в отношении друг друга. Другими словами, это ситуация лицом-к-лицу, описанная интеракционизмом, и потому, по мнению Б. Латура, социальная жизнь приматов есть «рай для этнометодологов», игнорирующих, как известно, социальные структуры. Однако и адепты социальных структур также не правы, поскольку, апеллируя к структурному эффекту, они не учитывают посредника, обеспечивающего преодоление разрыва между индивидуальными взаимодействиями и структурами, индивидом и обществом. Зазор присущ и попыткам агент-структурной интеграции, описанным выше. Эта соположенность структур и взаимодействий может быть преодолена путем обращения к посредникам – совокупности

инструментов и орудий, программ и расчетов, сводок и обзоров, кассовых окошек и дверей. Сложная форма социальности, характерная для сообщества людей, предполагает «присутствие дискретных переменных, которые могут быть исследованы одна за другой и сложены друг в друга на манер черного ящика» [13. С. 180]. Позицию Б. Латура можно было бы квалифицировать как возвращение к марксистской концепции с ее идеей трудовой деятельности человека, однако этому препятствует неинструментальная трактовка понятия объекта, его несводимость к орудиям труда. Трактовка понятия «объект», предложенная Латуром, не отождествляет их ни с инструментами, ни с «символическим», ни с инфраструктурой. Положительные коннотации «объекта» оказываются расплывчатыми, скорее речь идет об отказе от традиционного языка гуманитарных наук и попытках введения новых категорий – таких как «квазиобъекты», «гибриды», «сети», «посредники», «вещи».

В работе «Пересобирая социальное» Латур выделяет два подхода в трактовке «социального». Первый основывается на идее дифференциации реальности, с одной стороны, и сужении значения смысла социального, с другой, и постулирует существование социального как особой сферы, отличной от других, ограничивая ее взаимодействиями индивидов общества модерна. Согласно данному подходу, наука обладает собственной логикой развития, которая может ограничиваться социальным контекстом, так как отношения между социальными и несоциальными явлениями могут быть описаны как отношения детерминации, т.е. как причинно-следственные связи. Второй подход ставит под сомнение исходное положение социального субстанционализма, отрицая представление о социальном как стабилизированном состоянии, материале или символической репрезентации, делает акцент на процессе ассоциации гетерогенных элементов. Это означает, что эпистемологическое измерение науки не следует ограничивать от социального контекста, который «по умолчанию» встроен в тело науки, так как ее объекты представляют собой ансамбль множества разнородных связей. Отсюда следует, что объективность – не свойство науки, а процесс установления или восстановления новых отношений. И если первый подход исходит из существования объективного, то второй ставит задачу выявить условия его возможности. Наиболее наглядным примером второго подхода является акторно-сетевая теория, которую, согласно Б. Латуру, характеризуют три показателя. Во-первых, роль объектов как участников (агентов) процесса строительства, а не их натуралистическая или символическая интерпретации. Во-вторых, трактовка социального не как сложившегося положения, а как процесс стабилизации разногласий. И, наконец, в-третьих, отказ от методологии деконструкции и ориентация на выявление того, «какие новые институции, процедуры и концепты могут собрать и воссоединить социальное» [14].

Пересмотреть понятие «социальное» и тем самым изменить ракурс исследования науки и технологий предлагает К. Кнопп-Цетина – профессор антропологии и социологии Чикагского университета. Анализируя проект «общества знания», она предлагает вместо традиционного подхода, делающего акцент на «знании», сконцентрироваться на «обществе», которое в настоящее время существует не вне процесса познания, а внутри его. К. Кнопп-Цетина утверждает, что «в постсоциальном обществе знания, взаимоисключающие

определения процессов познания и социальных процессов, теоретически оказываются неадекватными» [15. С. 278]. И ставит задачу очистить идею «социальности» от ее «одержимости человеческими коллективами». С этой целью она подвергает критике понимание социальности, сложившееся в социальной науке, и предлагает идею «объект-центричной социальности». В современных обществах опыту индивидуализации и сокращению традиционных форм социальности противостоит экспансия новых практик, в которых привычное социальное переплетается с новыми формами, которые опосредуются и управляются объектами. Отвечая на вопрос, «что представляют собой эти объекты?», К. Кнорр-Цетина, во-первых, подвергает критике подходы, определяющие объекты как товары или инструменты, т.е. нечто устойчивое и определенное. Во-вторых, ссылаясь на экспертные культуры, утверждает, что объекты знания характеризуются открытостью, сложностью и проблематичностью. В-третьих, научные объекты представляют собой процессы и проекты, то есть их решающей характеристикой является незавершенность. И наконец, объекты существуют в разнообразных формах (тексты, вещества, демонстрационные материалы, пробные образцы, приборы и т.п.). Это позволяет отнести К. Кнорр-Цетину к представителям поворота к материальному, понимаемого как направления исследований, занимающихся проблематикой материальных объектов в современном мире. Новая форма социальности предполагает, что субъект определяется посредством объекта, а последний определяется через субъект. Объект-центричная социальность может быть описана посредством понятия «солидарность», природа и механизм которого подлежат изучению, но уже сегодня можно сказать, что ее неотъемлемой характеристикой являются моральные, эмоциональные и либидозные чувства.

Являясь представителем такого направления, как социальные исследования науки и технологии, К. Кнорр-Цетина отмечает, что исходно оно концентрировалось на изучении естественных наук, так как эти науки представлялись более сложными объектами для изучения в рамках исходного тезиса об их социальной детерминации. В отношении наук социальных подобный тезис воспринимался как само собой разумеющийся. Направление, которое К. Кнорр-Цетина развивает сегодня, следует назвать «эпистемологией информации» [16]. В отличие от концепта «знание», для которого важна проблема истинности, «информация» характеризуется скорее новизной и актуальностью. Основные проблемы данного направления представлены вопросами, созвучными социальной эпистемологии, так как, не ограничиваясь вопросами инфраструктуры информации, затрагивают ее содержание, а именно: что представляет собой внутренняя структура информации, как она используется? Тем самым при изучении экспертных культур аспект производства дополняется изучением процессов потребления знания. Что же касается роли материальной инфраструктуры, то в настоящее время К. Кнорр-Цетину интересуют «скопческие системы» (scope systems), которые играют важную роль в медицине, финансовой и военной сферах, мире спорта и др. Таким образом, в очередной раз подчеркивается, что понимание социальных ситуаций, традиционно описываемых в категориях интеракции людей, не соответствует действительности, и потому должно описываться в терминах, учитывающих присутствие экранов. Подобная экспансия объект-центричной среды приво-

дит к тому, что во взаимодействиях объекты замещают людей, опосредуют интеракции и формируют зависимости. Конечно, подобные формы социальности существовали и раньше, но в постсовременном мире они получают широкое распространение и в силу этого должны учитываться при новых трактовках социального.

Взгляд на науку сквозь призму взаимодействия человеческой и материальной деятельности, связанной диалектическим отношением противодействия и приспособления, развивает Э. Пикеринг. Беря за основу идею «времени», он показывает научную практику как темпорально эмерджентный процесс, в котором ведущая роль принадлежит объектам материального мира, игнорируемым традиционной социальной теорией [17]. Позиции, когда от имени вещей могут говорить только люди науки, а социально-гуманитарные науки исследуют их символический аспект, Э. Пикеринг противопоставляет исследования, показывающие, как в процессе реального научного поиска в поле экспериментальной физики элементарных частиц 60–70-х гг. XX века осуществлялось сооружение одного из основных инструментов – пузырьковой камеры. Этот процесс не может быть описан исключительно в терминах человеческой деятельности, а требует обращения к свойствам данного детекторного устройства. Ставя вопрос о движущих причинах темпоральной эмерджентности, присущей научной практике, Э. Пикеринг обращается к сложившимся в социальной науке подходам, где один характеризует человеческую деятельность путем апелляции к понятию «интересы», другой обращается к идее «принуждения». Однако и в том, и в другом случае демонстрируется человекоцентричный характер построений. Описывая научную деятельность с помощью понятий «противодействия», «приспособления» и «интенциональности», Э. Пикеринг тем самым признает правомерность указанных человекоцентричных схем и одновременно указывает на принципиальное отличие своей позиции. Во-первых, критике подвергается идея локализации принуждения внутри человеческой сферы в форме познавательных или социальных норм. Во-вторых, показывается, что существующие трактовки принуждения не носят эмерджентного характера, так как отождествляются, как правило, с «железной клеткой». Принуждение, о котором пишет Э. Пикеринг, не обладает подобными качествами, в силу того, что, во-первых, диалектика противодействия и приспособления имеет место в области пересечения материальной и человеческой деятельности; во-вторых, контуры этой совместной активности заранее никогда неизвестны.

На исследование способов интеграции вещей в коллективные связи направлены работы профессора Высшей школы социальных наук (Париж) Л. Тевено, который стремится уйти, с одной стороны, от традиционного подхода социальных наук (для которого характерно сведение знания к «социальным представлениям»), с другой – от постмодернистской установки трактовать знание как нарративность. Он отмечает, что углубленному изучению отношений между предметами и людьми способствовали исследования науки и техники, представленные работами Б. Латура и М. Каллона, которые сосредоточены не столько на интеракциях субъектов, сколько на сетях, в которых активными участниками выступают не только люди, но и технические объекты или гибриды. Эти исследования, акцентирующие внимание на способах

обращения с объектами, которые совместно с людьми вовлечены в коллективные формы, могут существенно изменить ракурс изучения социального измерения науки. Что касается самого Л. Тевено, то специфику своего подхода он определяет как признание множественности и плюрализма социального мира. «Вместо того, чтобы закреплять за человеком устойчивую социальную идентичность или габитус, мы стараемся рассмотреть целостность человека не как зафиксированную данность, а как проблематичное интегрирование множественных и разноуровневых форм вовлеченности в мир» [18. С. 34]. Это предполагает преодоление традиционных противопоставлений частного и публичного, коллективного и индивидуального, сопряжение микро- и макроуровней анализа. Такие понятия, как «фреймы», «практики», «действия», представляются недостаточными. Сложная архитектура социальной жизни более адекватно раскрывается путем обращения к «режимам вовлеченности», характеризующим состояние людей и вещей, «вовлеченных» в прагматические испытания.

Обращение к материальному осуществляет О. В. Хархордин. Представитель теории практик, во-первых, критикует «легкость бытия», присущую современному конструктивизму, опираясь на теорию практик П. Бурдьё и его критических последователей (Л. Тевено и Л. Болтански), а также представителей актор-сетового подхода (Б. Латур, М. Каллон). Во-вторых, противопоставляет свою позицию традиционному экономическому и технологическому детерминизму, где вещи рассматриваются либо как инструмент, либо как товар. Осуществляемые О.В. Хархординым исследования концентрируются на выявлении инфраструктуры речевых актов, представленной не только телесным измерением, но и многочисленными материальными предметами. На примере анализа российских городов О. В. Хархордин показывает переплетение людей и вещей, социального и технического, взаимозависимость речевых актов и инфраструктуры [19], подтверждая тем самым позицию предыдущих авторов о том, что люди – не единственные агенты процесса конструирования реальности, они участники процесса строительства наряду с материальными вещами. Это означает, что множество вещей, являющихся частью ближайшего окружения и представляющихся как универсальные, на самом деле есть продукты определенных конкретно-исторических условий и сетей отношений.

Среди исследователей, представляющих отечественную философскую традицию и работающих в рамках социальной эпистемологии, новые подходы в анализе науки предлагают О.Е. Столярова и Л.А. Маркова. Интерес к материальной культуре в воззрениях О.Е. Столяровой связан с вопросом об условиях возможности научной теории. Анализируя марксистскую, прагматическую и постпозитивистскую традиции анализа науки, она приходит к выводу, что смысopождающим контекстом научного познания выступают практики взаимодействия с вещами [20]. На примере технологических объектов идее автономии объектов науки от субъекта О.Е. Столярова противопоставляет идею диалектической связи научных объектов с их создателями, с одной стороны, и их обусловленность материальной практикой – с другой, что позволяет преодолеть представление о «подвешенности в воздухе» научных теорий. При этом указывается на два способа преодоления традици-

онного подхода. Во-первых, это ситуационные исследования, изучающие частные случаи научного поиска. Однако их недостатком является принципиальная эпизодичность, отказ от поиска общих оснований научной деятельности, но главное – сведение познавательных результатов к социокультурным условиям их производства. Второй способ состоит в проблематизации социокультурных условий, которые сводятся к индивидуальной и коллективной воле и интересам, забывая тем самым предметную сферу, выступающую основой формирования смыслов. И как следствие О.Е. Столярова настаивает на восстановлении равновесия между миром субъекта познания и миром вещей (микроскоп и телескоп, маятник и призма, колесо и винт), полагая, что концептуальный синтез возможен путем обращения к понятию «жизненный мир», интересубъективный характер которого обеспечивается практикой обращения с вещами.

На то, что современная социальная эпистемология направлена на выявление связи между условиями, при которых формируется знание, и самим знанием, указывает Л. А. Маркова. То, что в традиционном анализе науки рассматривается как автономные сферы (субъект научного познания, с одной стороны, и предмет исследования, с другой), современный анализ трактует как взаимозависимые аспекты. Подобное «смещение, подвижность, нечеткость обязательных для классики границ создает возможность формирования новой онтологии, нового понимания того, что такое бытие науки» [21. С. 46]. При этом основным становится вопрос о характере указанной взаимосвязи: является ли она следствием целенаправленного выбора или формируется случайным и произвольным образом? Представляется, что процесс, в котором предмет субъективируется, а субъект приобретает предметный характер, не является произвольным. Следовательно, необходимо обнаружение условий, при которых складывается это диалектическое единство.

В заключение следует ответить на вопрос: какие последствия для социальной эпистемологии влекут за собой рассмотренные выше «новые» трактовки «социального»? Во-первых, агент-структурный подход указывает на необходимость анализа науки как практики, в которой коммуникативные и институциональные аспекты образуют взаимосвязанное единство, так как одновременно выступают средством и результатом научной практики. Во-вторых, «поворот к материальному», который демонстрируют теория практик, а также социальные исследования науки и технологии, предоставляет концептуальные и методологические ресурсы для изучения современного состояния науки. Последнее все чаще маркируется неологизмом «технонаука», понимаемого не столько как синтез прикладных и фундаментальных (естественных и технических) исследований, сколько как единство когнитивного и материального, интеллектуального и технического.

Литература

1. *Рицер Дж.* Современные социологические теории. 5-е изд. СПб.: Питер, 2002. 688 с.
2. *Вахштайн В.* Социология вещей и «поворот к материальному» в социальной теории // Социология вещей: Сборник статей / под ред. В. Вахштайна. М.: Издательский дом «Территория будущего», 2006. 392 с.
3. *Элиас Н.* Понятие фигурации // Журнал социологии и социальной антропологии. 2000. Т. 3, № 3. С. 62–65.

4. Гидденс Э. Устроение общества: Очерки теории структуризации. М.: Академический Проект, 2003. 528 с.
5. Бурдьё П. Практический смысл / пер. с фр.: А.Т. Биктов, К.Д. Вознесенская, С.Н. Зенкин, Н.А. Шматко; отв. ред. пер. и послесл. Н.А. Шматко. СПб.: Алетейя, 2001. 562 с.
6. Bourdieu P., Wacquant L.J.D. The Logic of Fields // An Invitation to Reflexive Sociology. Chicago: University of Chicago Press. 1992. P. 94–114.
7. Бурдьё П. Поле науки // Социология под вопросом. Социальные науки в постструктуралистской перспективе: Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской академии наук. М.: Праксис; Институт экспериментальной социологии, 2005. С. 15–56.
8. Хабермас Ю. Модерн – незавершенный проект // Вопросы философии. 1992. № 4. С. 40–52.
9. Хабермас Ю. Проблематика понимания смысла в социальных науках // Социологическое обозрение. 2008. № 3. С. 3–34.
10. Швырв В.С. Рациональность как ценность культуры. Традиция и современность. М.: Прогресс-Традиция, 2003. 176 с.
11. Горохов В.С. Размышления о концепции «постнеклассической науки» // Эпистемология & философия науки. 2013. № 2. С. 71–77.
12. Касавин И.Т. Социальная эпистемология, натуралистическая онтология и реализм // Эпистемология & философия науки. 2013. № 4. С. 90–103.
13. Латур Б. Об интересубъективности: Социология вещей. Сборник статей / под ред. В. Вахштайна. М.: Издательский дом «Территория будущего», 2006. С. 169–198.
14. Латур Б. Пересобирая социальное. Введение в акторно-сетевую теорию // Экономическая социология. 2013. Т. 14, № 2. С. 73–87. – URL: <http://www.ecsoc.hse.ru>, 20.12.2013 г.
15. Кнорр-Цетина К. Социальность и объекты. Социальные отношения в постсоциальных обществах знания // Социология вещей: Сборник статей / под ред. В. Вахштайна. М.: Издательский дом «Территория будущего», 2006. С. 267–277.
16. Интервью с Карин Кнорр-Цетиной // Экономическая социология. Т. 12, № 2. С. 8–20. – URL: <http://www.ecsoc.hse.ru>, 10.01.2014 г.
17. Pickering A. The Mangle of Practice: Agence and Emergence in the Sociology of Science // American Journal of Sociology. 1993. Vol. 99, №. 3. P. 559–589. – URL: <http://www.jstor.org/stable/2781283>, 13.10.2013 г.
18. Тевено Л. Прагматика познания // Социологический журнал. 2006. № 1/2. С. 5–34.
19. Хархордин О.В. Куда идет теория практик: поворот в материальности // Социологические исследования. 2012. № 11. С. 20–35.
20. Столярова О.Е. Исторический контекст науки: материальная культура и онтология // Эпистемология & философия науки. 2011. Т. XXX, № 4. С. 32–49.
21. Маркова Л.А. На пути к новой онтологии в философии науки // Вопросы философии. 2013. № 11. С. 40–49.

Ivanova Natalja A. Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation)

NEW TENDENCIES IN A SOCIAL EPISTEMOLOGY: AGENT-STRUCTURAL APPROACH AND “TURN TO THE MATERIAL”

Key words: science, social epistemology, the social, agent-structure approach, turns to the material

Philosophical reflection concerning studying of social measurement of science shows two main approaches. The first one is characterized by an ideal of “pure” knowledge free from any “extra epistemological” influence. The second approach recognizing the subjective bases of knowledge insists on sociocultural conditionality of all types of knowledge including the scientific one. Recognition of the fact that adequate comprehension of any thinking is impossible without identification of its sociocultural bases. It makes the main intention of a modern social epistemology. Thus conceptualization of “the social”, “the culture” and “the cognitive” remains now one of the most complex and actual problems of this direction of investigation. Social epistemology traditionally comprises “social” factors as various forms of individual interaction and “social” factors as a wide social background (social structures, social institutions). As a result epistemological research concentrates on studying institutional or communicative aspects of the science. “New” tendencies firstly show the intention to understand science not as a ready-made product (system of knowledge, social institute or communication form) but as a real process of scientific practice where the concept “social” indicates collective process of difficult coordination and mobilization of efforts, skills and the abilities necessary for receiving a reliable

result. Secondly these tendencies are characterized by criticism of traditional oppositions subjective-objective, individual-collective, external-internal, ideal-material. The role of corporality and thingness considered to be equal participants of social interaction in modern investigations is suggested to be a special case. The problem of the research is to find a new interpretation of “the social” in agent-structure approach and “turn to the material” and to show that new interpretation is of great consequence for the development of the social epistemology. The first approach is connected with a problem of a search for the cause of such explanation of social reality: whether it is necessary to look for the similar basis in consciousness and will of subject or it is necessary to make a start from the structural relations. In this case actions of the subject can be ignored (put outside the brackets). The contemporary social theory turns to the agent-structure integration as the opposition between ‘agent’ and ‘structure’ has always been Achilles heel of the social science. “Turn to the material” represents same special debatable space of scientific research and technology in which the problem of materiality of the social world is raised. The author draws to the conclusion that the treatments offered by a modern social science “social” within the agent-structural approach and its turn to the material are heuristically valuable to the philosophical analysis of modern science. The agent-structural approach allows to carry out scientific analysis as practice in which communicative and institutional aspects form interconnected unity. Interest to material measurements characteristic of modern scientific research and technology provides conceptual and methodological resources for studying a current state of science which even more often is described by means of a neologism “Technoscience” understood not only as synthesis of applied and fundamental (natural-science and technical) researches but as unity of cognitive and material, intellectual and technical factors.

References

1. *Ricer Dzh.* Sovremennyye sociologicheskie teorii. 5-e izd. SPb.: Piter, 2002. 688 s.
2. *Vahstajin V.* Sociologiya veschej i «povorot k material'nomu» v social'noj teorii // Sociologiya veschej: Sbornik statej / pod red. V. Vahstajna. M.: Izdatel'skij dom «Territoriya buduschego», 2006. 392 s.
3. *Elias N.* Ponyatie figuracii // Zhurnal sociologii i social'noj antropologii. 2000. T. 3, № 3. S. 62–65.
4. *Giddens E.* Ustroenie obschestva: Oчерki teorii strukturacii. M.: Akademicheskij Proekt, 2003. 528 s.
5. *Burd'e P.* Prakticheskij smysl / per. s fr.: A.T. Biktov, K.D. Voznesenskaya, S.N. Zenkin, N.A. Shmatko; otv. red. per. i poslesl. N.A. Shmatko. SPb.: Aletejya, 2001. 562 s.
6. *Bourdieu P., Wacquant L.J.D.* The Logic of Fields // An Invitation to Reflexive Sociology. Chicago: University of Chicago Press. 1992. P. 94–114.
7. *Burd'e P.* Pole nauki // Sociologiya pod voprosom. Social'nye nauki v poststrukturalistskoj perspektive: Al'manah Rossijsko-francuzskogo centra sociologii i filosofii Instituta sociologii Rossijskoj akademii nauk. M.: Praxis; Institut `eksperimental'noj sociologii, 2005. S. 15–56.
8. *Habermas Yu.* Modern - nezavershennyj proekt // Voprosy filosofii. 1992. № 4. S. 40–52.
9. *Habermas Yu.* Problematika ponimaniya smysla v social'nyh naukah // Sociologicheskoe obozrenie. 2008. № 3. S. 3–34.
10. *Shvyrev V.S.* Racional'nost' kak cennost' kul'tury. Tradiciya i sovremennost'. M.: Progress-Tradiciya, 2003. 176 s.
11. *Gorohov V.S.* Razmyshleniya o koncepcii «postneklassicheskoy nauki» // `Epistemologiya & filosofiya nauki. 2013. № 2. S. 71–77.
12. *Kasavin I.T.* Social'naya `epistemologiya, naturalisticheskaya ontologiya i realizm // `Epistemologiya & filosofiya nauki. 2013. № 4. S. 90–103.
13. *Latur B.* Ob intersub`ektivnosti: Sociologiya veschej. Sbornik statej / pod red. V. Vahstajna. M.: Izdatel'skij dom «Territoriya buduschego», 2006. S. 169–198.
14. *Latur B.* Peresobiraya social'noe. Vvedenie v aktorno-setevuyu teoriyu // `Ekonomicheskaya sociologiya. 2013. T. 14, № 2. S. 73–87. – URL: <http://www.ecsoc.hse.ru> <<http://www.ecsoc.hse.ru>>, 20.12.2013 g.
15. *Knorr-Cetina K.* Social'nost' i ob`ekty. Social'nye otnosheniya v postsocial'nyh obschestvah znaniya // Sociologiya veschej: Sbornik statej / pod red. V. Vahstajna. M.: Izdatel'skij dom «Territoriya buduschego», 2006. S. 267–277.
16. *Interv'yu s Karin Knorr-Cetinoj* // `Ekonomicheskaya sociologiya. T. 12, № 2. C. 8–20. – URL: <http://www.ecsoc.hse.ru>, 10.01.2014 g.

17. *Pickering A.* The Mangle of Practice: Agence and Emergence in the Sociology of Science // American Journal of Sociology. 1993. Vol. 99, №. 3. R. 559-589. – URL: <http://www.jstor.org/stable/2781283>, 13.10.2013 g.
18. *Teveno L.* Pragmatika poznaniya // Sociologicheskij zhurnal. 2006. № 1/2. С. 5–34.
19. *Harhordin O.V.* Kuda idet teoriya praktik: povorot v material'nosti // Sociologicheskie issledovaniya. 2012. № 11. S. 20–35.
20. *Stolyarova O.E.* Istoricheskij kontekst nauki: material'naya kul'tura i ontologiya // `Epistemologiya & filosofiya nauki. 2011. T. XXX, № 4. S. 32–49.
21. *Markova L.A.* Na puti k novej ontologii v filosofii nauki // Voprosy filosofii. 2013. № 11. S. 40–49.

УДК 316.354:005.7

Н.А. Карнаухова
**УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННО-РЕПУТАЦИОННЫМ
ПОЛЕМ ОРГАНИЗАЦИИ**

Рассматривается связь стратегического управления и коммуникационно-репутационного поля организации. Анализируются подходы к пониманию сущности коммуникационного аудита; обозначаются основные особенности репутационного аудита; определяется область коммуникационно-репутационного поля организации.

Ключевые слова: стратегическое управление, коммуникационный аудит, репутационный аудит, коммуникационно-репутационное поле организации.

Управление как область профессиональной деятельности немислимо без стратегической направленности. Если рассматривать способы управления организацией, то деление на оперативное и стратегическое является одним из основополагающих. Оперативное управление, безусловно, является классическим, но в последние годы всё большее количество компаний обращают свои взоры именно в сторону стратегического управления. Это, прежде всего, связано с тем, что в ситуации постоянно изменяющихся факторов макро- и микросреды компании, в управленческой структуре которой в качестве фундаментальной основы лежит стратегическое управление, гораздо легче и эффективнее можно осуществлять корректировку негативизирующих факторов.

В качестве базового определения стратегического управления во многих статьях и рабочих программах приводится следующее определение: стратегическое управление – это управление, которое опирается на человеческий потенциал как основу организации, ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей, гибко реагирует и проводит своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что в совокупности дает возможность организации выживать в долгосрочной перспективе, достигая при этом своих целей [1. С. 23].

В стратегическом управлении объект концентрации внимания направлен вовне организации, главным является поиск новых возможностей в конкурентной борьбе, отслеживание и адаптация к изменениям в окружении, в том числе и в коммуникационно-репутационной сфере.

При рассмотрении такой характеристики, как «основа построения и системы управления», можно заметить, что в стратегическом управлении основу построения составляют люди, системы информационного обеспечения, рынок, а в последнее время все чаще выделяют и репутацию компании как базовый нематериальный актив, позволяющий организации не терять завоеванных позиций даже в период стагнации или в кризисной ситуации.

Определяя критерии эффективности управления, можно сказать, что в стратегическом управлении критерием эффективности является своевременность и точность реакции организации на новые запросы рынка и изменения в зависимости от окружения. Поэтому особенно актуальным становится применение исследовательских методов и методик, позволяющих диагностировать изменения макросреды и производить корректировку в общей стратегии организации. В зависимости от области изучения, поставленных задач и предполагаемой проблемной ситуации, как правило, среди обозначенных методов и методик наиболее эффективными являются: SWOT-анализ, PEST+M анализ, коммуникационный и репутационный аудиты, а также эмпирическое изучение влияния факторов макросреды на деятельность организации с точки зрения определенных контактных групп (при этом группы могут быть обозначены, исходя из стратегической задачи или иных управленческих целей, например группа инвесторов или представителей органов власти, или экспертов в профессиональной сфере и проч.). В подтверждение мысли о взаимосвязи исследовательского блока и стратегического управления можно привести следующее определение: «Стратегическое управление – это такое управление организацией, которое опирается на человеческий потенциал как на основу организации, ориентирует производство на запросы потребителей, осуществляет гибкое регулирование и своевременные изменения в организации, в соответствии с изменениями окружающей среды, и позволяющее добиваться конкурентных преимуществ, что позволяет организации выживать и достигать своей цели в долгосрочной перспективе» [2. С. 128].

Исходя из логики обозначенного определения, стратегическое управление можно рассматривать как совокупность пяти взаимосвязанных управленческих процессов: анализ среды; определение миссии и целей; выбор стратегии; выполнение стратегии; оценка и контроль выполнения [2. С. 132].

1. Анализ среды предполагает изучение трех ее частей:

1.1. Анализ макроокружения. Включает изучение влияния таких компонентов среды, как состояние экономики; правовое регулирование и управление; социальная и культурная составляющие общества; научно-техническое и технологическое развитие общества; инфраструктура и др.

1.2. Конкурентная среда. Анализируется по ее пяти основным составляющим: конкуренты внутри отрасли; покупатели; поставщики; потенциальные новые конкуренты; производители возможной замещающей продукции.

1.3. Анализ внутренней среды. Позволяет выявить те внутренние возможности и тот потенциал, на который может рассчитывать организация в конкурентной борьбе в процессе достижения своих целей, а также позволяет уточнить цели и миссию организации [2. С. 145]. Можно сказать, что внутренняя среда организации – это своеобразный стратегический потенциал организации, который в кризисной ситуации может стабилизировать и упрочнить позицию организации, но при условии, что сама компания сознательно занималась формированием позитивного потенциала внутренней среды с помощью разработанной и внедренной корпоративной культуры, с помощью оптимизированной социальной политики и социальных льгот или иным способом. При этом необходимо обратить внимание на тот факт, что внутренняя среда, внутренняя аудитория – это неформальный транслятор

репутации компании. И от того, как ведется работа с внутренней общественностью, как сотрудники относятся к своей работе, к своей компании, зависит то, что они говорят о ней как внутри компании, так и за ее пределами, используя формальные и неформальные средства коммуникации, зависит общий контент восприятия репутации организации, ее репутационный профиль и репутационный шлейф, в случае искажения базовой информации или ее искусственного видоизменения в процессе событийной коммуникации.

2. Определение миссии и целей, рассматриваемое как один из процессов стратегического управления, состоит из трех подпроцессов – определение миссии фирмы, определение долгосрочных целей, определение краткосрочных целей.

Кроме вышеобозначенного, миссия организации напрямую коррелирует с концепцией развития организации в целом, а также с формированием целостного образа компании, который транслируется через разные каналы коммуникации и который четко связан как с репутацией организации, так и с контактными аудиториями, с их отношением к организации.

3. Анализ и выбор стратегии. Этот процесс считается ядром стратегического управления. С помощью специальных приемов организация определяет, как она будет достигать своих целей и реализовывать свою миссию.

Для успешной реализации стратегии необходимо, чтобы, во-первых, цели, стратегии и планы были хорошо доведены до сотрудников организации с тем, чтобы добиться с их стороны как понимания того, что делает компания, так и неформального их вовлечения в процесс реализации стратегий, в частности, добиться выработки у сотрудников обязательств перед компанией по реализации стратегии. Во-вторых, руководство должно не только своевременно обеспечивать поступление всех необходимых для реализации стратегии ресурсов, но и иметь план реализации стратегии в виде целевых установок и фиксировать достижение каждой цели [3. С. 52]. Но необходимо отметить, что все это возможно только в том случае, если организация занимается формированием единой корпоративной культуры, если делает акцент на важности работы каждого сотрудника и если в коллективе создается оптимальный для работы социально-психологический климат, формирующий априорно позитивное отношение сотрудников к самой компании. А это, в свою очередь, будет способствовать тому, что сотрудники станут ощущать себя частью команды, коллектива и, как следствие, формировать и транслировать на внешнюю аудиторию положительные репутационные факторы, позитивный образ организации, которой можно доверять.

Таким образом, можно констатировать то, что для успешного развития организации с точки зрения стратегического управления, необходим комплексный подход, включающий в себя не только базовые управленческие блоки, но и коммуникационно-репутационный блок, как некое связующее звено между внутренними и внешними факторами, оказывающими влияние на развитие организации в целом.

Коммуникационно-репутационное поле организации носит комплексный, междисциплинарный и мультипарадигмальный характер. Если рассматривать коммуникационно-репутационное поле организации как пересечение предметно-проблемных областей или областей практического применения, то мы

неминуемо придет к частичному наложению областей КП и РП друг на друга. Если слева мы условно разместим область коммуникационного поля (функциональная область: СМИ, СМК, включая Интернет-коммуникацию, формальные/неформальные коммуникации, внутренние и внешние коммуникации и пр.), а справа – область репутационного поля организации (составляющие репутации организации с точки зрения внутренней и внешней аудитории; репутационные факторы, являющиеся базовыми для концепции позиционирования организации, непосредственно связанные со стратегическим управлением), то на месте их пересечения и наложения мы увидим коммуникационно-репутационное поле организации, основное функциональное назначение которого заключается в трансляции и ретрансляции репутационных факторов с помощью разных каналов коммуникации, направленных на различные целевые и контактные аудитории.

Для того, чтобы понять специфику обозначенного выше коммуникационно-репутационного поля, необходимо отдельно рассмотреть его составляющие.

Коммуникационное поле организации – это многоуровневая, сложная система, элементы которой не просто связаны между собой, но и находятся в состоянии постоянной готовности к взаимозаменяемости и видоизменяемости, в зависимости от требований макросреды или иных стимульных импульсов. С одной стороны, такая динамичность связана с понятием коммуникации как процесса, где все участники являются активаторами своеобразного вечного коммуникативного двигателя. С третьей стороны, это, возможно, связано с тем, что коммуникация бывает разного вида, уровня, направленности и носит нелинейный характер, пронизывая все сферы деятельности организации (формальные/неформальные, внутри организации/на внешнюю аудиторию, вертикальные/горизонтальные, внутри одного структурного подразделения/между разными структурными подразделениями и проч.), затрагивая разные управленческие аспекты.

Что касается определения коммуникации, то крайне сложно выделить одно, поскольку понятие «коммуникация» включает в себя множество смыслов и является предметом изучения многих наук: социологии, психологии, теории коммуникации, семиотики и др. Впервые этот термин в современном научном значении был употреблен в 1909 г. Чарльзом Кули в статье «The significance of communication» [4. С. 10]. Ч. Кули определял коммуникацию как «механизм, посредством которого обеспечивается существование и развитие человеческих отношений, включающий в себя все мыслительные символы, средства их передачи в пространстве и сохранения во времени» [5. С. 4]. Несмотря на существующее многообразие определений, их можно объединить на 4 группы, опираясь на значение термина «коммуникация»:

Во-первых, под коммуникацией можно понимать способ связи любых объектов материального и духовного мира, обмен информацией между любыми системами и их частями. Такое определение является наиболее широким и универсальным.

Во-вторых, существует техническое понимание термина «коммуникация», в данном случае под ним подразумевается путь сообщения, средства передачи информации – например, транспортная или подземная коммуника-

ция. Коммуникация понимается с точки зрения пространства как связь одного места с другим, а не как процесс или отношения.

В-третьих, понятие «коммуникация» широко используется в биологии, где оно обозначает способ обмена информацией у животных, насекомых.

Наконец, у термина «коммуникация» существует социальное значение, и именно в этом значении коммуникация рассматривается в таких науках, как теория коммуникации, социология, психология, менеджмент и многих других. С этой точки зрения коммуникация – обмен информацией в обществе, между людьми, посредством языка и других знаковых систем. Иными словами, «коммуникация – это, прежде всего, способ деятельности, который облегчает взаимное приспособление поведения людей» [6. С. 129]. Такую коммуникацию также называют социальной коммуникацией. Однако для того, чтобы обмен информацией считался коммуникацией, а также для отграничения коммуникации от других явлений необходимо перечислить основные её отличительные характеристики. Так как коммуникация – это взаимодействие, для ее осуществления необходимо не менее двух субъектов – участников. Коммуникация – это не просто передача информации, а обмен. Она всегда основана на принципе обратной связи. Это не односторонняя информация, в коммуникации всегда предполагается диалог [7. С. 171]. Коммуникация всегда несет знаковый характер, т.е. необходимо наличие некой знаковой системы, понятной и доступной всем участникам коммуникации. Знаки в данном случае – это «опредмеченная информация» [5. С. 18]. Коммуникации свойственна целесообразность или функциональность – т.е. передаваемое сообщение обязательно должно обладать неким смыслом, а передающий его человек – преследовать некую цель. Если мы рассматриваем коммуникацию применительно к организации, то мы, прежде всего, заинтересованы в том, чтобы коммуникационное поле функционировало по определенным законам, чтобы коммуникация в организации не просто циркулировала, а имела направленность на достижение конкретной цели. В свою очередь, это возможно только при условии постоянного мониторинга или постоянной диагностики обозначенного коммуникационного поля организации. Одним из современных методов изучения всесторонних аспектов коммуникации в организации является коммуникационный аудит.

Словосочетание «коммуникационный аудит» не так давно вошло в профессиональную лексику. При слове «аудит» чаще всего возникают ассоциации с людьми в костюмах, разбирающимися с финансовой документацией, а «коммуникация» навеивает целую мозаику картин – от телефонных проводов до рекламных роликов. На самом же деле коммуникационный аудит заключается в изучении внутренних и внешних информационных потоков организации [8].

Например, А. Бардин приводит несколько точек зрения на определения коммуникационного аудита:

- Коммуникационный аудит – это анализ информационных потоков, циркулирующих в системе внутренних и внешних коммуникаций компании в процессе ее бизнес-деятельности.
- Коммуникационный аудит – это ситуационный анализ, предполагающий полное и системное изучение всего коммуникативного поведения орга-

низации с целью выявления механизмов формирования и качественного уровня коммуникационных связей.

- Коммуникационный аудит – это диагностический инструмент, позволяющий оценить существующие диспропорции между предполагаемыми и реальными отношениями между бизнес-структурой и ее целевыми аудиториями [9].

В.Г. Королько определяет коммуникационный аудит как «документированную систематизацию коммуникационного поведения организации, позволяющую проверить, как именно организация общается со своей общественностью. Коммуникационный аудит часто служит своеобразной точкой отсчета для оценки эффективности последующих конкретных мероприятий в сфере связей с общественностью» [10. С. 221].

С. Катлип, А. Сентер, Г. Брум в книге: «Паблик рилейшнз. Теория и практика» отметили следующее: «Процесс аудита коммуникаций – полный анализ коммуникаций организации – внутренних и/или внешних, – с целью создания картины коммуникационных потребностей, политики, практики и возможностей для получения данных, которые позволяли бы высшему руководству принимать осознанные, экономически оправданные решения относительно дальнейших целей коммуникаций организации. В соответствии с моделью открытых систем специалисты выполняют аудит, чтобы подробно выяснить, как, по какому поводу и с кем общается данная организация. Аудит позволяет лицам, ответственным за принятие решений в организации, получить четкую картину происходящего, а также дает им основу для принятия решений о внесении изменений в этой области» [11. С. 386].

В связи с тем, что коммуникационный аудит позволяет решить ряд проблем и задач, его иногда используют для оценки текущей PR-деятельности компании; для сравнительного анализа целей руководства компании и методов коммуникации, с помощью которых осуществляется продвижение этих целей; выявления ключевых коммуникационных проблем компании; разработки общей коммуникационной (информационной) стратегии компании; разработки стратегии имиджевого позиционирования и стратегии управления репутацией компании.

В соответствии с решаемыми задачами, коммуникационный аудит условно можно разделить на следующие виды:

- 1) текущий аудит эффективности внешних бизнес-коммуникаций компании (внешний коммуникационный аудит);
- 2) текущий аудит внутрикорпоративных коммуникаций и анализ корпоративной культуры (внутренний коммуникационный аудит);
- 3) комплексный коммуникационный аудит для диагностики имиджа и репутации компании в различных целевых аудиториях;
- 4) итоговый информационный аудит отдельных проектов, программ, акций [9].

Коммуникационный аудит носит комплексный характер и включает в себя следующие направления деятельности: ревизия активных каналов коммуникации компании, мониторинг (контент-анализ) СМИ, мониторинг неформальных каналов коммуникаций, SWOT-анализ коммуникаций компании,

конкурентный коммуникационный анализ, анализ внутрикорпоративных коммуникаций, диагностика корпоративной культуры [9].

Отдельно следует обозначить функции коммуникационного аудита: оценочная (происходит оценка коммуникационной активности организации); управленческо-стратегическая (на основе полученных данных разрабатывается стратегия конкурентного позиционирования компании, происходит внесение корректив в управление деловой репутацией компании); информационная (руководящий состав компании, топ-менеджмент получает репрезентативную информацию о текущей ситуации); прогностическая (прогнозируется развитие компании в кратко-, средне- и долгосрочной перспективе, принимаются превентивные меры по антикризисному управлению). Следует отметить, что коммуникационный аудит как метод, как методика и как направление профессиональной деятельности – явление новое и недостаточно разработанное, в профессиональной литературе можно найти лишь фрагментарные представления о его сущности, что и отмечает М. Юрин в статье «Коммуникационный аудит – новое направление деятельности PR»: «... в настоящее время не существует каких-либо стандартов и единого подхода к процессу проведения коммуникационного аудита» [12. С. 140].

Одним из направлений коммуникационного аудита является так называемый мониторинг имиджа организации. «Мониторинг имиджа — это уже не столько работа с объективными данными: материалами рекламных кампаний, аналитикой действий конкурентов, сколько постоянный контакт с субъективным мнением общественности» [13]. Кроме того, коммуникационный аудит дает возможность оценить состояние отношений компании со своими сотрудниками или с внешними целевыми аудиториями; позволяет оценить качество, эффективность использования официальных каналов коммуникации, например, ежегодных отчетов, бюллетеней новостей, пресс-релизов и пр.; служит инструментом диагностики имиджа и репутации компании [13].

Репутационное поле организации – это своего рода лоскутное одеяло, созданное на основе отдельных блоков репутации или соединенное из разрозненных репутационных факторов, транслированных разными аудиториями и воспринятых ими как часть репутации рассматриваемой организации.

Фундаментальным понятием в репутационном аудите является, безусловно, понятие «репутация». Толковый словарь русского языка С.И. Ожегова определяет репутацию как «приобретаемую кем-нибудь или чем-нибудь общественную оценку, общее мнение о качествах, достоинствах и недостатках кого-нибудь или чего-нибудь» [14. С. 317].

Современный экономический словарь определяет деловую репутацию как оценку фирмы, предприятия, бизнесмена со стороны смежников, контрагентов, потребителей; представление партнеров о фирме, благоприятствующее ее деятельности и учитываемое в условиях хозяйствования; «доброе имя» фирмы [15. С. 85].

Репутация – это мера доверия к кому-либо или чему-либо со стороны окружающих. Репутация представляет собой набор ожиданий, которые субъект вызывает в окружающих. Эти ожидания формируются как субъективными действиями, так и объективными обстоятельствами, предопределяющими действия субъекта. Репутация не только содержит концентрированный про-

гноз возможного поведения и действий, но и дает оценку такому поведению. Оценка поведения субъекта говорит не только о нем самом, но и об оцениваемом окружении, ибо раскрывает ту систему ценностей, которой оно придерживается [16. С. 13].

Термин «деловая репутация» можно определить как совокупность мнений заинтересованных сторон (сотрудников, инвесторов, кредиторов, аналитиков, властей, СМИ и т.д.) о достоинствах и недостатках компании, определяющую принятие решений по отношению к ней. Эта совокупность мнений существует объективно. Вопрос в том, насколько компания влияет на ее формирование [15. С. 140].

Создание корпоративной репутации – сложный процесс, тесно связанный с бизнес-стратегией организации. Когда представители целевых аудиторий придерживаются высокого мнения о компании, у нее появляется больше возможностей, ее текущая деятельность становится более эффективной. Это происходит за счет того, что хорошая репутация придает дополнительную психологическую ценность продуктам компании, помогает сократить риск покупки для потребителей, помогает потребителям осуществить выбор между функционально похожими товарами и услугами, повышает удовлетворение сотрудников от работы, помогает привлечь в компанию высококвалифицированных сотрудников, увеличивает эффективность маркетинговых коммуникаций компании за счет доверия потребителей к ним, создает барьеры для конкурентов, помогает восстановиться после кризиса, создает инвестиционную привлекательность, является гарантией эффективности в контактах с бизнес-партнерами. Роль корпоративной репутации состоит в том, чтобы помочь корпоративной аудитории в принятии решений по таким вопросам, как стоит ли использовать эту организацию, т.е. покупать ее товары и услуги, работать с ней; стоит ли рекомендовать ее другим людям; доверять ли организации какое-нибудь дело от имени корпоративной аудитории; насколько велик риск общения с этой организацией [17. С. 11].

Корпоративная репутация – набор ценностных характеристик, воспринимаемых потребителями или представителями целевых аудиторий и сравниваемых с их собственной системой ценностей. Репутация способна вызвать у потребителя чувство доверия, надежности, сопричастности, возникающее под воздействием корпоративной репутации и восприятия брендов компании. Путь к установлению хорошей репутации пролегает через создание благоприятного имиджа, который затем должен быть увязан с несколькими ценностями, важными для конкретного лица или целевой группы. Изменить их ценности невозможно, но можно изменить их восприятие и эмоциональное отношение [17. С. 15].

Следует отметить, что в последние полтора-два десятилетия в мировом научном знании наблюдается устойчивый рост интереса к феномену деловой репутации. Но отсутствует единая точка зрения на определение данного понятия, очевидно, сказываются различия в целях исследований, дисциплинарных подходах, практических задачах. Деловая репутация стала предметом исследования самых разных научных дисциплин: социологии и маркетинга, экономики и бизнеса, бухгалтерского учета и права, и пр. Каждая из них акцентирует внимание на каких-то особенных аспектах этого многогранного

феномена, нередко используя для обозначения этих аспектов свои наименования: престиж – в социологии, гудвилл – в бухгалтерском учете и праве, имидж, репутация и бренд – в маркетинге, имидж, репутация, репутационный капитал и пр. – в менеджменте. Однако в последнее время деловая репутация все чаще становится объектом и социологического анализа. Она рассматривается как вид социального капитала (более универсальный по сравнению с узкими дружескими сетями), позволяющий строить более широкие и динамичные сети, развивать кооперацию, взаимодействия как внутри своей, так и с другими социальными группами, или – в соответствии с традицией, заложенной П. Бурдье, – как вид символического капитала, через ментальные структуры акторов инкорпорирующийся в социальные практики. В рамках социологической перспективы активно накапливается знание о социальных факторах, влияющих на репутацию, включая социальную ответственность и филантропию, а также о соотношении этих факторов с ограничениями [18. С. 25].

Российские исследователи И.В. Олейник, А.Б. Лапшов предлагают свой подход к аудиту репутации, выделяя следующие типы значимых аудиторий, необходимых для экспертных оценок аудита репутации организации: партнеры по собственности, заинтересованные в стабильности и росте своего дохода от инвестиций; потребители, заинтересованные в продукции компании, отвечающей их требованиям к соотношению цена/качество; персонал фирмы, заинтересованность которого связана с зарплатой, условиями труда, гарантией занятости, профессиональным и должностным ростом и т.д.; местное сообщество, заинтересованное в рабочих местах, развитии социальной инфраструктуры, охране окружающей среды; представители контролирующих государственных структур, зачастую стремящиеся взять побольше официальных и неофициальных налогов, не заботясь о том, что же будет дальше с этим бизнесом и занятыми в нем людьми» [19. С. 93].

Весьма интересным, продуманным представляется подход к аудиту репутации фирмы, предложенный профессором Австралийской высшей школы менеджмента Г. Даулингом. Он придает оценке репутации первостепенное значение, так как считает, что все дальнейшие действия (формирование, управление, возвышение, корректировка и т.д.) в отношении репутации невозможны без данного исследования [20].

Доктор Г. Даулинг предлагает комплексную систему параметров оценки имиджа и репутации и выделяет следующие этапы этой процедуры:

«1. Проведите тщательную оценку имиджа и репутации, сложившихся у различных групп корпоративной аудитории.

2. Оцените аналогичным образом конкурирующие организации.

3. Определите характеристики идеальной организации в вашей отрасли» [21. С. 267].

Комментируя вышеприведенную процедуру оценки имиджа и репутации, профессор Г. Даулинг отмечает: «Во-первых, определите с помощью методов качественного анализа характеристики имиджа и репутации, выражаемую ими систему ценностей и результаты, ожидаемые различными группами корпоративной аудитории. Качественный анализ – проникновение в сущность имиджа и репутации (управленческий самоанализ, углубленное интервьюирование основных представителей корпоративной аудитории; фокус-группы

по отдельным категориям корпоративной аудитории). Эта информация должна быть передана руководству организации, чтобы убедиться, что оно сможет использовать эти результаты при изменении факторов, влияющих на корпоративный имидж.

Во-вторых, проведите опрос корпоративной аудитории, чтобы узнать ее мнение о компании и конкурентах. Количественный анализ – описание имиджа и репутации (проведение широкомасштабных опросов). На этом же этапе нужно будет составить краткое описание идеальной организации.

В-третьих, проведите статистический анализ, чтобы дать количественную оценку корпоративному имиджу и репутации и определить имеющиеся преимущества и недостатки» [21. С. 273].

Подводя некий итог в анализе понятия «репутационный аудит», можно сказать, что это некая оценка соответствия репутации предприятия среди контактных групп целям организации и ее стратегии развития. При этом логика осуществления репутационного аудита может включать следующие этапы:

1. Оценка соответствия целей управления репутацией и стратегических целей предприятия. Отталкиваясь на этом этапе необходимо от стратегических целей организации.

2. Анализ средств идентификации. Определение того, насколько средства идентификации (символика, логотип, оформление интернет-сайта, форма одежды персонала) соответствуют восприятию клиентов.

3. Анализ соответствия целей репутационного менеджмента и информационного послания для контактных групп.

4. Сравнение обещаний, заявляемых в информационном послании целевым группам, с фактическим состоянием описываемых характеристик (качество товара, уровень сервиса, уровень технологий).

5. Анализ норм и правил поведения персонала, необходимых для формирования требуемой корпоративной культуры организации. Так как деловая репутация во многом формируется действиями сотрудников, то большое значение для ее наращивания имеет корпоративная культура.

6. Многосторонняя оценка корпоративной культуры организации. Корпоративная культура предприятия формируется из норм и правил поведения сотрудников, но, будучи сформированной, она содержит в себе много элементов: взаимоотношения внутри компании, атмосфера, стиль рабочего поведения, инициативность, лояльность, отношения с клиентами. На этом этапе репутационного аудита важно определить, соблюдаются ли разработанные нормы и правила поведения персонала, оказывающие положительное влияние на корпоративную культуру.

7. Получение обратной связи от контактных аудиторий о результатах, достигнутых от сформированной деловой репутации. Самым распространенным и доступным инструментом получения обратной связи является опрос целевых групп. Возможно применение метода контент-анализа. На этом этапе происходит сравнение фактически сформированной репутации предприятия и целей, поставленных при разработке программы репутационного менеджмента организации.

8. На основе результатов репутационного аудита руководство должно принимать решения относительно изменения процессов управления репутацией или корректировки целей организации [22. С. 243].

Кроме того, так как репутационный аудит является неотъемлемой частью репутационного менеджмента, то он крайне важен для согласования стратегии бизнеса и репутационной платформы компании, обучения сотрудников в выработанном ключе, реализации корпоративных инициатив, направленных на формирование определенного отношения к компании в среде ее основных контактных аудиторий.

«Рассматривать репутационный аудит в отрыве от репутационного менеджмента нельзя. Репутационный менеджмент как таковой нужен любой компании (вне зависимости от ее размера и объема бизнеса), если она хочет сохранять и развивать свои рыночные позиции в долгосрочной перспективе. А необходимость в репутационном аудите, как правило, возникает у крупных компаний, которые соприкасаются с различными группами стейкхолдеров. Чем больше масштаб бизнеса, тем больше заинтересованных групп влияет на работу компании, тем сложнее объективно оценить ситуацию с репутацией, а также с тем, какие факторы ее определяют и какие конкретные шаги компания может предпринять для управления своей репутацией», – поясняет Олег Кершис, директор практики исследований Reputation Capital. Данный вид исследования легко выявляет ключевые «разрывы» между компанией и ее аудиториями, а также конкретные действия и каналы коммуникаций для устранения этих «разрывов». Ведь основная причина неэффективности коммуникаций компании в том, что восприятие компании ее сотрудниками, СМИ и экспертным полем – это зачастую три разные картины. В чем они разные и как их объединить – помогает выяснить репутационный аудит. Итогом же репутационного аудита являются рекомендации по налаживанию системы коммуникаций в компании, коммуникационная стратегия, карта рисков, информационная политика либо отдельные регламенты внешнего и внутреннего взаимодействия компании с различными аудиториями. В дополнение к этому могут разрабатываться как стратегии по работе с инвесторами, так и рекомендации касательно смены бренда и т.п. По словам Олега Кершиса, классический отчет репутационного аудита предполагает получение ответов на следующие вопросы: какой уровень репутации компании в определенной группе стейкхолдеров; что определяет данный уровень (какие факторы, атрибуты); какие существуют сильные и слабые стороны репутации компании; в какой мере сотрудники разделяют репутационные ценности компании (если сотрудники вовлекаются в исследование). Таким образом, компания четко видит, какие репутационные пробелы, в каких аудиториях и за счет чего существуют, на какие конкретные атрибуты можно сделать акцент, чтобы усилить позиции компании на рынке. Фактически такие отчеты ложатся в основу всей коммуникационной программы компании. Полученные данные также дают возможность оценивать эффективность предпринятых шагов, так как повторный замер покажет степень достижимости поставленных целей [23].

Проанализировав базовую литературу по репутационному аудиту, можно констатировать тот факт, что подходы к пониманию его сути весьма различны, но присутствует некий объединяющий фактор – констатация наличия

обязательного элемента репутационного аудита в виде эмпирического исследования. Изучение репутации организации немислимо без проведения серии исследований, направленных на определение общего репутационного знака, на изучение специфики восприятия компании с точки зрения конкретных аудиторий, на выявление факторов негативизации репутационного поля компании, а также на ранжирование репутационных факторов, являющихся основополагающими при построении репутационного профиля организации в корреляции с конкретной целевой и контактной аудиторией.

Следует отметить, что коммуникационный и репутационный аудиты являются не единственными методами изучения особенностей коммуникационно-репутационного поля организации. Перечень методов может быть довольно широким: от многофакторного SWOT-анализа до репертуарных решеток Дж. Келли, психосемантики и социометрии. Перечень применяемых методов, методик и техник зависит от поставленных стратегических целей и задач.

Что касается непосредственно управления коммуникационно-репутационным полем организации, то его эффективность во многом зависит от анализа результатов особенностей создания, трансляции, корректировки и ретрансляции коммуникации внутри и вне организации; от корректности построения репутационного профиля и репутационной карты организации; а также от кумулятивного эффекта уменьшения разрывов в восприятии репутации организации у контактной аудитории, выявленных с помощью коммуникационного и репутационного аудитов.

Управление коммуникациями в организации и управление репутацией организации (коммуникационное поле и репутационное поле) в идеале должны быть связаны, поскольку имеют общую стратегическую цель и общие механизмы оптимизации. Как правило, под управлением коммуникациями в организации понимается совокупность непрерывных целенаправленных управленческих воздействий на внутренние и внешние процессы информационного обмена и неинформационных взаимодействий, обеспечивающих удовлетворение коммуникационных потребностей и реализацию долгосрочных интересов развития предприятия [24]. Управление организационными коммуникациями способствует созданию благоприятных коммуникационных условий для повышения эффективности деятельности организации. Основу управления коммуникациями в организации составляет система общих установок, критериев, ориентиров, принятых организацией для действий и принятия решений в сфере коммуникаций, которые обеспечивают достижение ее целей. На стратегическом уровне осуществляется управление внутренними и внешними коммуникациями. Содержание управления внутренними коммуникациями организации направлено на решение задачи формирования такого типа коммуникационной культуры, который позволяет наиболее эффективно и адекватно реализовать конкурентные преимущества, транслируемые во внешнюю среду посредством внешних коммуникаций. Содержание стратегического управления внешними коммуникациями на данном этапе включает разработку концепции имиджа, исходя из стратегических целей, а также выстраивание стратегии упорядоченного взаимодействия организации с заинтересованными сторонами рынка, направленное на решение бизнес-задач, формирование имиджа, развитие существующих и создание новых конкурентных преимуществ, с учетом

следующих приоритетов: установление партнерских отношений с клиентами; сочетание сотрудничества и соперничества с конкурентами; согласование бизнес-интересов и поиска новых направлений и форм взаимодействия с партнерами; ориентация на государственную политику в соответствующей отрасли экономики и обеспечение социальной значимости программ взаимодействия с органами государственной власти и управления [25].

В свою очередь, процесс управление репутацией предполагает выполнение следующих операций: определение целевой аудитории, диагностика ее ожиданий (данный этап предполагает определение структуры целевой аудитории, ее ожиданий относительно характеристик репутации интересующей ее компании, то есть составление ожидаемой модели репутации); измерение характеристик субъекта репутации (определение основных характеристик субъекта, формирующих реальную модель репутации); определение системы мер по улучшению репутационных характеристик (сравнение реальных характеристик репутационной модели с ожидаемой, с последующим выделением тех из них, которые нуждаются в улучшении; создание и внедрение мер по привлечению всех необходимых ресурсов для их реализации); организация работы по улучшению имиджевых характеристик субъекта репутации (ведение избирательной работы по улучшению ключевых характеристик, влияющих на представление целевой аудитории о репутационных характеристиках с целью приведения этих характеристик в соответствие с номинальными); проведение разъяснительной работы с целевой аудиторией, исправление ошибочных представлений о субъекте репутации, раскрытие его новых качеств, неизвестных до этого момента представителям интересующей аудитории; мониторинг состояний репутационных характеристик (систематическое измерение совпадений характеристик субъекта репутации и представлений о них целевой аудитории, а при обнаружении «отрицательной» разницы – проведение корректирующих мероприятий).

Управление репутацией невозможно реализовать без использования следующих средств: создание информационной основы репутации; создание привлекательного имиджа организации и ее руководителей; формирование корпоративной этики и культуры, разработка миссии организации; продвижение первых лиц организации; построение внешних и внутренних каналов коммуникации; вхождение в информационное пространство, продвижение в СМИ; повышение известности и узнаваемости организации и ее брендов. Кроме того, следует отметить, что управление репутацией организации – это система мер воздействия по формированию составляющих репутации с учетом корпоративной культуры, конкретного этапа жизненного цикла, которая реализуется как внутри организации, так и за ее пределами. Ключевой момент в работе по управлению репутацией – это составление коммуникационной программы, плана действий, который должен привести к реализации главной стратегической цели – капитализации бизнеса [26. С. 158]. Вот на этом этапе можно констатировать появление такого феномена, как коммуникационно-репутационное поле организации, место объединения и наложения вышеобозначенных полей (КП – коммуникационное поле и РП – репутационное поле) для максимизации кумулятивного эффекта коммуникационно-репутационной программы формирования целостного, непротиворечивого,

скоррелированного с концепцией позиционирования, образа компании. Этапы разработки такой коммуникационно-репутационной программы в литературе описаны крайне мало. Однако следует отметить, что Л.С. Сальникова в своем труде «Репутационный менеджмент» описывает этапы коммуникационной программы, которая по смыслу частично совпадает с работой по формированию коммуникационно-репутационного поля организации. По мнению Л.С. Сальниковой, коммуникационная программа, позволяющая заниматься управлением деловой репутации компании, состоит из пяти этапов, которые логичны и последовательны. Первый этап – формулирование стратегических целей и задач. Реализация данного этапа невозможна без участия собственников бизнеса и топ-менеджмента, только они могут дать наиболее точную и полную информацию о целях и задачах своего бизнеса. Получить эти сведения можно путем проведения коммуникационного аудита. Далее, необходимо определить, какой репутацией обладает организация, какие коммуникационные разрывы не позволяют ей улучшить свой образ в глазах аудиторий – это, собственно, этап второй (оценка существующей репутации). Далее, отталкиваясь от результатов коммуникационного и репутационного аудита, специалист по управлению репутацией приступает к третьему этапу – разработке репутационной стратегии компании, которая предполагает описание целевых аудиторий и их ожидания, формирование образа компании на основе этих ожиданий и предпочтений. Для наиболее точной трансляции ключевых сообщений о компании определяются основные параметры информационной политики: основные каналы коммуникации, пулы СМИ, форматы публикаций. Далее, на четвертом этапе выбираются основные репутационные технологии, помогающие укреплять авторитет на внешних и внутренних аудиториях. А после того, как коммуникационная программа составлена, необходимо приступить к ее реализации. Для успешной работы в этом направлении понадобится план-график работ, определяющий виды мероприятий и сроки их выполнения. Соответственно, разработка плана-графика коммуникационной активности является пятым этапом коммуникационной программы, которая по своей сути, в какой-то степени, является программой управления коммуникационно-репутационным полем организации.

Современное состояние общества, перманентно изменяющиеся полюса влияния факторов макросреды на деятельность организации, причем любой формы собственности, любого стиля управления, равно как и любого размера – все это максимизирует потребность в постоянном мониторинге развития организации. В таком случае эмпирические исследования могут осуществляться в разных направлениях: в превентивном изучении конкурентов, в исследовании влияния репутации на формирование лояльности потребителей, в комплексном аудите деятельности компании (аудит бухгалтерский, управленческий, аудит и контроллинг персонала, коммуникационный и репутационный аудит), а также во многих других локальных направлениях, связанных с построением дальнейшей стратегии развития организации и с возможностью внедрения наиболее эффективной системы управления как организацией в целом, так и ее управленческими областями в отдельности, в частности в управлении коммуникационно-репутационным полем организации

Литература

1. Боумэн К. Основы стратегического менеджмента. М.: ЮНИТИ, 2001.
2. Клиланд У. Стратегическое планирование в организациях. М., 2000.
3. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник для вузов по направлению и специальности «Менеджмент». М.: Гардарики, 2000.
4. Черных А. Мир современных медиа. М., 2007.
5. Иеронова И.Ю. Введение в теорию коммуникации: учеб. пособие, Калининград, 2006.
6. Шибутани Т. Социальная психология. Ростов н/Д, 2002.
7. Буари Ф.А. Паблик рилейшнз, или Стратегия доверия. М., 2001.
8. Коммуникационный аудит. [Электронный ресурс]. – URL: <http://pr.report.ru>.
9. Бардин А. Что такое коммуникационный аудит? [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.east-project.ru>.
10. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. М.: Рефл-бук Ваклер, 2000.
11. Катлин С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшнз. Теория и практика. М.: Вильямс, 2001.
12. Юрин М. Коммуникационный аудит – новое направление деятельности PR. PR-дебют // Материалы V межвузовской научно-практической конференции. 23 марта 2004 г. Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 2004.
13. Ляпоров В. Обратная связь. Аудит и оценка нематериального актива в системе маркетинговых коммуникаций // [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.business-magazine.ru>.
14. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегова, Н.Ю.Шведова. М.: Гепта-Трейд, 1995.
15. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. М.: ИНФРА-М, 2004.
16. Воронина Л.И. Учет нематериальных активов: учеб. пособие. М.: Эксмо, 2005.
17. Гафт В.И. Маркетинговое управление корпоративной репутацией банка. М.: Дело, 2006.
18. Шабанова М.А. Деловая репутация в проблемной социально-правовой среде // Ответственные науки и современность. 2011. № 1.
19. Олейник И.В., Лапинов А.Б. «Плюс/Минус» репутация. Самара, 2003.
20. Бычкова М.Н. Аудит репутации: анализ современных подходов // «Connect-Универсум – 2009: Сборник материалов III Всероссийской научно-практической интернет-конференции с международным участием». Томск: Том. гос. ун-т, 2010.
21. Даулинг Грэм. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. М., 2003.
22. Шачнев А.А. Деловая репутация промышленного предприятия: сущность, атрибуты и возможности управления // Вопросы развития народного хозяйства Российской Федерации: VII межвуз. сб. науч. работ студентов и аспирантов. Иваново, 2011.
23. Рубис О. Измерить корпоративный ореол // «Инвестгазета». 2008. 22 сент. № 37. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.investgazeta.net/praktika/izmerit-korporativnyj-oreol-156660/>
24. Суровцева Е.С. Актуальные проблемы управления организационными коммуникациями // Вестн. Тамбов. ун-та. Серия Гуманитарные науки. Тамбов, 2008. № 2. С. 125–128.
25. Морозова Н.А. Управление коммуникациями в организации // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. Воронеж, 2010. № 2. С. 173.
26. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии: учебник для бакалавров. М.: Юрайт, 2013.

Karnaukhova Natalia A. Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation)

CONTROL OF COMMUNICATION-REPUTATION FIELD ORGANIZATION

Key words: strategic management, communication audit, reputational audit, communication and reputational field of organization.

In recent years, more and more companies are turning their attention towards strategic management. This is primarily due to the fact that the situation is constantly changing in terms of factors of macro- and micro-environment of the company, and the management structure, based on strategic management is much easier and more efficient in aligning with new or changed circumstances.

One way to manage the macro factors that influence organization development, is a holistic approach to communications and reputation field of the organization. In order to understand the specifics of communication and reputation field, it is necessary to consider its basic components.

Communication field of organization is a multi-level, complex system of elements connected and ready to dynamic changes depending on the macro (or other) requirements of environmental stimulus. Communication field of organization is studied using communication audit, which involves a complete and systematic study of the organization communicative behavior, in order to identify the mechanisms of forming and the quality of communication links.

Reputational field of organization - a kind of quilt, created on the basis of individual reputation elements or united disparate reputational factors, broadcasting different audiences and perceived them as part of the reputation of the organization questioned. One of study methods of it is reputational audit, involving assessment organization's reputation in terms of its objectives and strategies.

After analyzing the basic components of communication and reputation field of the organization, we should note the integrated, interdisciplinary and multiparadigm nature of this concept, the basic functionality of which is broadcasting reputational factors via different communication channels, aimed at the target audiences. Communications and reputation management field of organization should be based on systematic monitoring of the communication organization field and identification of the dominant reputational factors, with the possibility of adjusting the basis of the overall organization strategy.

References

1. *Boum'en K.* Osnovy strategicheskogo menedzhmenta. M.: YuNITI, 2001.
2. *Kliland U.* Strategicheskoe planirovanie v organizacijah. M., 2000.
3. *Vihanskij O.S.* Strategicheskoe upravlenie: uchebnik dlya vuzov po napravleniyu i special'nosti «Menedzhment». M.: Gardarika, 2000.
4. *Chernyh A.* Mir sovremennyh media. M., 2007.
5. *Ieronova I.Yu.* Vvedenie v teoriyu kommunikacii: ucheb. posobie, Kaliningrad, 2006.
6. *Shibutani T.* Social'naya psihologiya. Rostov n/D, 2002.
7. *Buari F.A.* Pablik rilejshnz, ili Startegiya doveriya. M., 2001.
8. *Kommunikacionnyj audit.* [Elektronnyj resurs]. – URL: <http://pr.report.ru>.
9. *Bardin A.* Chto takoe kommunikacionnyj audit? [Elektronnyj resurs]. – URL: <http://www.east-project.ru>.
10. *Korol'ko V.G.* Osnovy pablik rilejshnz. M.: Refl-buk Vakler, 2000.
11. *Katlip S., Senter A., Brum G.* Pablik rilejshnz. Teoriya i praktika. M.: Vil'yams, 2001.
12. *Yurin M.* Kommunikacionnyj audit - novoe napravlenie deyatel'nosti PR. PR-debyut // Materialy V mezhvuzovskoj nauchno-prakticheskoj konferencii. 23 marta 2004 g. Ekaterinburg: Izd-vo UrGU, 2004.
13. *Lyaporov V.* Obratnaya svyaz'. Audit i ocenka nematerial'nogo aktiva v sisteme marketingovyh kommunikacij // [Elektronnyj resurs]. – URL: <http://www.business-magazine.ru>.
14. *Ozhegov S.I.* Tolkovyy slovar' russkogo yazyka / S.I. Ozhegova, N.Yu.Shvedova. M.: Septa-Trejd, 1995.
15. *Rajzberg B.A., Lozovskij L.Sh., Starodubceva E.B.* Sovremennyy `ekonomicheskij slovar'. M.: INFRA-M, 2004.
16. *Voronina L.I.* Uchet nematerial'nyh aktivov: ucheb. posobie. M.: `Eksmo, 2005.
17. *Gaft V.I.* Marketingovoe upravlenie korporativnoj reputaciej banka. M.: Delo, 2006.
18. *Shabanova M.A.* Delovaya reputaciya v problemnoj social'no-pravovoj srede // Obschestvennyye nauki i sovremennost' / ONS. 2011. № 1.
19. *Olejnik I.V., Lapshov A.B.* «Plyus/Minus» reputaciya. Samara, 2003.
20. *Bychkova M.N.* Audit reputacii: analiz sovremennyh podhodov // «Connect-Universum - 2009: Sbornik materialov III Vserossijskoj nauchno-prakticheskoj internet-konferencii s mezhdunarodnym uchastiem». Tomsk: Tom. gos. un-t, 2010.
21. *Dauling Gr'em.* Reputaciya firmy: sozdanie, upravlenie i ocenka `effektivnosti. M., 2003.
22. *Shachnev A.A.* Delovaya reputaciya promyshlennogo predpriyatiya: suschnost', atributy i vozmozhnosti upravleniya // Voprosy razvitiya narodnogo hozyajstva Rossijskoj Federacii: VII mezhvuz. sb. nauch. rabot studentov i aspirantov. Ivanovo, 2011.
23. *Rubis O.* Izmerit' korporativnyj oreol // «Investgazeta». 2008. 22 sent. № 37. [Elektronnyj resurs]. - URL: <http://www.investgazeta.net/praktika/izmerit-korporativnyj-oreol-156660/>

24. *Surovceva E.S.* Aktual'nye problemy upravleniya organizacionnymi kommunikacijami // Vestn. Tambov. un-ta. Seriya Gumanitarnye nauki. Tambov, 2008. № 2. S. 125-128.
25. *Morozova N.A.* Upravlenie kommunikacijami v organizacii // Vestnik VGU. Seriya: `Ekonomika i upravlenie. Voronezh, 2010. № 2. S. 173.
26. *Sal'nikova L.S.* Reputacionnyj menedzhment. Sovremennye podhody i tehnologii: uchebnik dlya bakalavrov. M.: Yurajt, 2013.

УДК УДК 001.89

Е.В. Попова, А.М. Каменщикова, Г.Н. Шадрина¹

**ПОЛИТИКА ОЦЕНКИ НАУЧНЫХ ПРОЕКТОВ:
СТРАТЕГИИ ОЦЕНЩИКОВ И ЗАЯВИТЕЛЕЙ²**

Рассматриваются подходы к оценке научных проектов как с точки зрения заявителей, так и с точки зрения оценщиков. Подобная постановка проблемы дает отсылку к более широкой исследовательской традиции: исследованиям внешних и внутренних агентов развития науки и научного знания.

Ключевые слова: научные проекты, оценщики, заявители.

Для инновационного сектора очень сложно выработать однозначные критерии оценки появляющихся технологий. Именно потому, что они принципиально новые как с точки зрения развития науки и техники, так и с точки зрения рынка, очень сложно совместить, с одной стороны, требования развития знания, с другой – агентов рынка. В подобной ситуации неопределенности на первый план выходят политические и коммуникативные способности заявителей новой технологии, их возможности выстроить сеть защиты³ вокруг собственного изобретения. Именно практики построения подобной сети и попытки ее разоблачения оценщиками и экспертами фондов, принимающими решения о качестве проекта, являются предметом данной работы.

Здесь рассматриваются, прежде всего, дискурсивные практики обоснования новой технологии со стороны заявителей, так же как и их способы привлечения значимых агентов для защиты и обоснования преимуществ своего научно-технического изобретения, а также наработанные оценщиками формы и методы минимизации влияния подобных практик на принятие решений.

Подобная постановка проблемы дает отсылку к более широкой исследовательской традиции: исследованиям внешних и внутренних агентов развития науки и научного знания. Если посмотреть на решаемую нами проблему с данной позиции, то в литературе можно обнаружить три подхода к их отношениям:

¹ Работа НОЦ «Социально-политические исследования технологий поддержана программой HESR Фонда «Открытое общество».

² Статья написана при поддержке ФЦП «Кадры», Программа 1.5, Соглашение №14.В37.21.0269 от 10.09.12 «Политика оценки новых технологий: стратегии экспертов и заявителей»

³ Сеть у Б. Латура – это здесь-и-сейчас появляющаяся конфигурация людей и вещей, которая в нашем случае служит защитой для научного объекта или появляющейся техники [1].

Первый подход – самый традиционный, имеющий корни в философских исследованиях науки со времен классического позитивизма, понимающий науку как способ поиска истины по возможности ценностно нейтральным ученым. Позитивистская парадигма в значительной степени рассматривает науку как познавательную (когнитивную) деятельность или как поиски истины о природе путем применения некоторого набора научных методов, позволяющих «узнать больше» о мире относительно более ранних теорий и открытий (например, то, что известно как Попперианский фаллибилизм). Или, как показывает Мертонианская социология науки, познание науки как института строится на убеждении, что ученые следуют определенному набору правил и норм. Есть множество современных исследователей, придерживающихся данной позиции, в основном в рамках философских текстов [2]. Применительно к роли финансирующих субъектов основной тезис здесь в том, что внешние агенты не способны изменить современную науку радикальным образом. Постулирование инвариантности способов получения знания, в конечном счете, приводит к заверению в том, что «социальная эпистемология» гарантирует исчерпывающее описание научного исследования. По выражению сторонников этой точки зрения, эпистемически запятанные мотивы (которые в таком случае вступают в конфликт с «социальными влияниями») не угрожают целям науки¹.

Второй подход формулирует прямо противоположный посыл к роли ненаучных субъектов: абсолютное непосредственное влияние на науку экономических агентов, прямая зависимость познания от них. Речь идет о «невидимых промышленниках» (The Invisible Industrialist) [4] – тех, кто осуществляет и осуществляет связь науки с экономикой. В рамках данного подхода изучаются изменения в способах, которыми наука зарабатывает деньги и встраивается в структуру экономики. Такая позиция выражена, например, Стивеном Шейпином, исследователем взаимодействия ученых с внешними науке структурами: «На протяжении столетий университеты любого пошиба “обслуживали общество” самыми разными способами, и, тогда как возможности рынка проявили себя сравнительно недавно, они не скомпрометировали академическую свободу, так что она качественно отлична от тех религиозных и политических обязательств, которые университеты прошлого связывали с могуществом их общества» [5. Р. 19]. Этот подход является частью конструктивистского (интерпретативистского) взгляда на науку, который сначала развивался в рамках исследований научных лабораторий [6, 7, 8]. Эти исследования породили междисциплинарное поле исследований науки и техники (STS²), которое демонстрирует зависящий от обстоятельств, локальный, культурно предопределенный характер науки, вовлекающий сложные социотехнические порядки, включающие и не-человеческих акторов. Эти исследования также служат основой для описания научной деятельности как культурных практик [10, 11], что открывает обсуждения об изменяющемся и подвластном изменению статусе науки в обществе [12, 13], основанном на идее «общественного контракта».

¹ Наиболее известным защитником такой позиции в философии является Филипп Китчер [3].

² Для общего обзора состояния STS на сегодняшний день, см. последнее издание хрестоматии Hackett et al., 2008 [9].

Третий подход, также разрабатываемый в рамках конструктивистского подхода к исследованиям науки в исполнении Парижской школы Бруно Латура и Мишеля Каллона [14], редуцирует экономику только лишь к случаю лаборатории. Они акцентируют смешение границ науки и экономики и постулируют «стирание всяких онтологических отличий между научной и экономической активностью, нараспев повторяя о том, что «мы никогда не были современными» [15. Р. 639].

Кажется, что формы коммерциализации науки действительно навсегда определили как практику исследования, так и контуры того, с чем мы сталкиваемся в конце процесса [16]. Современная наука оказывается качественно иным феноменом в силу того, что она претерпела сильные изменения в отношении ее организации и финансирования со стороны корпораций, университетов и правительства. Несмотря на противоположные оценки того, повлияет ли на развитие научного знания коммерциализация и становление научных структур частью экономического мира, связь науки и экономики, взаимопроникновение этих двух сфер – то, что не подлежит сомнению. Различия только в описании того, к каким результатам для науки и экономики приводит данная связка: наука становится частью экономической системы и обслуживает общество либо экономическая система сама по себе становится наукой и развивается уже по иным правилам.

В результате исследований STS выяснилось, что не только социальные, но и естественные науки находятся под контролем ненаучных акторов, «истинное» перестало соответствовать «реальному», универсальность науки стала означать порядок действий в определенных рамках, общественные интересы оказались включены в науку, а материальные практики – довольств над способами познания и методами [17]. Таким образом, границы теоретически закрытого института науки были нарушены, наука стала открытой, доступной для общества. Это наша теоретическая рамка, с которой мы решили рассмотреть, какие факторы, внешние научному сообществу, оказываются значимыми при принятии решения о финансировании того или иного научного проекта. Мы рассмотрели локальные практики работы с фондами, в частности написание заявок, и выявили набор «ненаучных» для традиционного взгляда на науку способов обоснования значимости исследований.

Стратегический характер работы с заявками

Каждый руководитель исследовательского коллектива для поддержания работы команды вынужден понимать и соответствовать требованиям научной политики, которая характеризуется такими значимыми аспектами, как *эффективность, полезность и результативность*. Наука в современном обществе стремится выйти за границы сугубо своих интересов и подчиняется интересам экономики и общества, трансформировав знание в эффективные виды экономической деятельности. Знания оцениваются не с точки зрения универсальности, а относительно их конкурентоспособности в контексте мировых достижений» [18]. Для политики в сфере науки приоритетными являются видимые, материализованные, измеряемые виды деятельности и результаты

(статьи, цитируемость, научная активность), за пределами рассмотрения оказываются процессы, которые невозможно измерить извне [19], в том числе ненаучные с точки зрения традиционных представлений стратегии по максимизации ценности своего научного проекта для оценщиков от фондов. Именно их описание – цель данного исследования.

Стоит отметить, что мы не пишем учебное пособие по правилам написания, структурирования и оформления заявок, о чем написано немало. Поэтому мы не упоминаем здесь, как ставить проблему, формулировать цели, задачи, календарные планы и т.п. всем известные части оформляемых документов для фондов. Мы намерены понять, что, при прочих относительно равных условиях – формальных частях текстов заявок, – заставляет эксперта отдать предпочтение тому или иному проекту. Как этот процесс представляют (если представляют) заявители. Здесь нужно отметить, что далеко не все заявители рационализируют процесс работы над заявкой, но руководители наиболее успешных коллективов очень рационально подходят к работе с фондами.

«То есть мы их изучаем методом шаров. Если мы этого не будем делать, мы не будем иметь, то есть если ты не выиграл и ты не пишешь, значит, ты никто». (Заявитель_ИМЯ8)

«То есть это была четкая бумага, по которой были написаны какие-то этапы и правила игры, и то есть, вот если ты правильно прочитал эти правила игры, и вот «точка в точку» там, почти дословно их представил, то, соответственно, ты — это молодец, ты на коне». (Заявитель_ИМЯ9)

Многие говорят, что, прежде чем подавать заявку, просчитывают вероятность успеха, наиболее сильные и слабые свои стороны. Некоторые заявители стараются изучать информацию, доступную на сайтах фондов о выигравших проектах, чтобы получать информацию о шансах своего проекта и команды.

«У нас есть зав. отделом ИМЯ, статистику ведет. [...] У нас обычно нормально, проходят планерки, совещания. По его словам, последние проекты за 12-й, 13-й годы там практически, сейчас точно не помню, но практически 80% – это все москвичи. Он это отслеживает, он тематику отслеживает, кто выиграл, то есть он какой-то анализ ведет». (Заявитель_ИМЯ10)

«Смотрим направленность тех же самых ФЦП проектов. Если ФЦП проекты в последнее время направлены, во главу угла берут не только актуальность и возможность коммерциализации, но и выхлоп в статьях и защитах, то, естественно, мы можем обеспечить выхлоп и по статьям, по защитах, поэтому пишем». (Заявитель_ИМЯ14)

«Мы читаем документы РФФИ, вот общую такую человеческого значения, знаем программу, но ФЦП там четко приписывается: он соответствует тому, сему и третьему. [...] Что хотят, например, (нрзб) – это очень позитивная такая вещь, тематики такие, которые государство желает от нас иметь. И мы под эти тематики вписываемся. Также самое тематики международных грантов, там они достаточно не то, что узкоспециализированы, но достаточно четко сформулировано, вот, что ты хочешь, что там надо нам». (Заявитель_ИМЯ8)

Желание просчитать результаты заявочного процесса, вкупе с отсутствием институциональных стимулов для получения командами международных

денег приводит к отсутствию мобильности в поисках финансирования: практически все наши заявители работают с РФФИ, РГНФ и министерскими программами – ФЦП и не рассматривают для себя возможности подавать заявки в зарубежные и немногие частные российские фонды. Исключение – физики-ядерщики, которые из-за устаревшего оборудования здесь вынуждены искать международные проекты, чтобы делать исследования за рубежом.

«Что касается нашей специфики, то какая там ситуация, у них установки современного уровня, 21-го века, поэтому мы там кое-какие небольшие идеи выдвигаем, как можно использовать эти установки с более высоким КПД, небольшую модернизацию небольших съемных деталей, съемная аппаратура небольших габаритов делается, потом возем все туда, там работаем, получаем совместные результаты, публикуем совместно. Вот схема, потому что то, что осталось в России, можете представить, каков уровень». (Заявитель_ИМЯ14)

В оценочных документах, так же как и в личных критериях оценки опрошенных экспертов, отсутствуют институциональные способы наказания за наличие или отсутствие иностранных контрактов, то это вполне рациональная стратегия – не обращать внимания на возможности международного финансирования, которые предлагают больше денег, но и несравнимо большие риски.

«Где нас ещё не было – это вот [фарм] «2020» [...], и туда бы тоже хотели «влезть», но ещё не знаем, каким боком, потому что очень серьёзные проекты, компетенции не хватает. Именно в плане незнания, в плане вот этого Международного менеджмента. То есть туда нужно заявку хорошо писать, в первую очередь язык хорошо знать» (Заявитель_ИМЯ5)

«... там [зарубежные фонды] настолько нас пугает. [...] Я даже читать, я прошел курсы у нас в университете, с ИМЯ, настолько сложно, а поскольку вероятность получения очень мала – люди не берутся, и мы не будем никогда браться, до тех пор пока вся бумага, весь проект не будет, как в Сколково, 3–5 страниц проекта плюс приложения страниц 20. Кто ты такой, где женился, где крестился, что опубликовал – все. Нужно упрощать эту процедуру, это невозможно изучать эти талмуды». (Заявитель_ИМЯ8)

Итак, большинство исследователей работают только с российскими фондами, при этом некоторые выбирают стратегию работы только с одним фондом, с которым у них уже сложились отношения, правила игры которого они знают более чем отлично. Но для долго существующих коллективов более рациональной кажется стратегия диверсификации финансовых источников.

«Что касается фондов [РГНФ, РФФИ], что касается тех конкурсов, которые объявляет Минобр, ну здесь, конкретно, нет выбора. Либо ты в этом участвуешь, либо у тебя нет ничего другого». (Заявитель_ИМЯ9)

Правила российских фондов коллективы уже изучили, способы максимизации количественных показателей для них они также давно отработали.

«Как правило, я уже знаю традиции РФФИ, если у меня кончается персональный грант, следующий грант я не получу, год у меня отдых, но все равно подаю, я знаю, что я не получу. Все равно подаю, чтобы держать в напряженности грантовое агентство, это моя игра. А на следующий год они, как правило, дают. (Заявитель_ИМЯ8)

«[...] в РФФИ – там более объективные [оценки], как мне кажется, на результаты, заявку – отчасти, да, наверное, кто подает. Другие – кто подает, чем что. Фонды какие-то, РАНовские проекты, там больше важно, кто подает, а не что подает» (Заявитель_ИМЯ3)

Есть в наших текстах интервью и примеры, в которых наиболее успешные институциональные образования (это уже часто даже не уровень исследовательского коллектива, а отдельной институции внутри университета) формируют «машины» по выигрышу максимального числа проектов из российских фондов.

«(Е.П.: коллектив N университета) очень продуктивно участвует в проектах, насколько я знаю. Они участвуют в проектах, [...] их результативность, насколько я слышал, она просто колоссальна, вплоть до того, что они периодически по 10 отчетов за месяц готовят. [...] Насколько я понимаю, они все это поставили на такой поток, гораздо раньше, чем это в университете начало развиваться. И они получают от этого очень много...» (Заявитель_ИМЯ4)

«Я считаю, что сегодня нужно уметь писать проекты – именно уметь писать [...]. Я знаю, в вузе-1 есть такая система – группа, которая вот именно этим занимается. Это 2–3 человека, и они помогают, и они знают, как оформлять заявку. Потому что в каждом же фонде есть своя специфика, понимаете. Это, действительно, задача научного менеджмента, то есть должны быть созданы группы, которые не должны заниматься «наукой в пробирках» – они как раз должны понимать, как правильно оформить бумаги. (Заявитель_ИМЯ5)

Наиболее успешные научные образования формируют структуру, которая способна собрать в максимально короткое время максимальное количество наиболее результативных персон, когда пристраиваются стратегии максимизации показателей в отношении публикаций, полученных грантов, показателей студентов, аспирантов, молодежи, которых включают во все проекты, чтобы через них также максимизировать показатели, а также поддержать их как тех, кто в будущем будет приносить грантовые дивиденды данному научному образованию. Они в одном месте собирают все данные на всех потенциальных участников проектов, чтобы без их участия собирать команду, показывающую максимальные показатели: руководителя, молодые кандидаты, аспиранты, докторанты и т.д.

«Мы, скажем, в предпоследний раз подавали заявку, я включал туда ряд людей, из тех, с кем договоренность [была] не напрямую, косвенная, о том, что их включают, а они остаются чисто формальными, для показателей. Как и меня включали в ряд проектов – поскольку у меня есть определенный опыт, я работаю еще и в вузе-2, участвовал активно в хоз. договорных работах. Соответственно, у меня в качестве подтверждения была целая стопка проектов, в которых я являлся исполнителем. И поэтому такой момент, что есть люди, которые со своими показателями могут участвовать. Да, такое есть». (Заявитель_ИМЯ4)

«Вопрос: А обычно, в командах, можно сказать (в процентном соотношении) количество людей, которые скорее всего не будут работать, но они нужны для статуса и вот этих вот показателей и количество реально работающих?»

Ответ: [...] в последнем проекте у нас тоже были люди, которые чисто формально, и, наверное, их было все-таки не меньше половины. Я как-то забыл про этот список – да, действительно, они были, но некоторые даже не были в курсе, что они участвуют в заявке, мы их вписывали, кого-то я оповещал, что мы твою фамилию будем использовать для показателей». (Заявитель_ИМЯ4)

Часто команду приходится укреплять «свадебным генералом», который обеспечит максимальные дивиденды на этапе отбора, хотя и реально работать не будет.

«Вот сейчас последний лот, который мы выиграли, у нас был руководителем наш бывший зав. кафедры, но он был, что называется «свадебным генералом». Ничего, кроме подписи и редких ценных указаний, и то таких ненавязчивых, он не делал. На самом деле, его услуги в «подписывании» документов мы частично компенсировали, однако это было, скажем так, достаточно просто – последние разы мы как-то [так] делали, что есть кто-то из формальных руководителей – это обычно добавляет очков к проекту, поэтому, это естественная процедура, все к этому привыкли, рассматривают это вполне нормально». (Заявитель_ИМЯ8)

Из-за сложностей в оформлении бумаг возникает идея «научного менеджмента» – структуры, которой можно передоверить оформление всей формальной части заявки и отчетов, оставив за научными коллективами лишь содержательное оформление. Для некоторых респондентов – это недостижимый идеал, некоторые успешные научные объединения уже наняли подобных специалистов.

«Наверное, есть необходимость в специалистах, кто бы мог сопровождение проектов делать, по крайней мере, это повысило бы результативность явно. Если знать все эти тонкости, нюансы, то эффект будет больше». (Заявитель_ИМЯ4)

«Это, вообще, действительно, задача научного менеджмента. То есть должны быть группы созданы и люди сидеть, которые не должны заниматься «наукой в пробирках», они как раз должны понимать, как правильно оформить бумаги». (Заявитель_ИМЯ5)

Основные параметры оценки: публикации, репутация, связи

Основные параметры оценки следуют логике современной государственной политики: оценивают, прежде всего, количественно исчисляемые параметры, а также параметр, значимый для института экспертизы, – репутацию. Общим для научной политики разных стран практически повсеместно является признание значимости элитных лабораторий, мощных сетей, внедренное знание, т.е. знание, получившее материальное воплощение, испытанное реальностью, – именно так характеризуется знание, которое классифицируется как глобальное, универсальное и знание «высшего качества» [18]. Подобный дискурс в оценках экспертов показан в следующей цитате:

«Вопрос: А что ещё кажется важным [при оценивании заявки]?»

*Ответ: Уровень публикаций. То есть всё, что связано с публикационной активностью. Понятно, что сейчас меньше внимания **обращают** на моно-*

графии, больше на рецензированные статьи: количество, в каких журналах. Международные. Вот это всё отражается». (Эксперт_ИМЯ2)

Очень немногие информанты говорят о содержательной стороне оцениваемой заявки, в том числе и эксперты. Многие говорят о широком поле экспертизы для одного эксперта, поэтому содержательная часть проекта зачастую не может быть адекватно оценена, и на первый план выходят литературные, педагогические (объяснительные) способности создателя заявки. Они должны максимально простым языком донести научную идею. Многие заявители очень подробно объясняли, что язык заявок отличается от языка научных публикаций именно по причине широкого поля экспертизы для эксперта.

«Я действительно не такой глубокий специалист, не прямой специалист. Все проекты, которые у меня были, где я не являюсь прямым специалистом, тем не менее на стыке – я понимаю в чем суть, тем не менее начинаю лезть туда [в литературу]...» (Эксперт_ИМЯ7)

О значимости публикаций для успеха заявки говорят все без исключения информанты: и заявители, и эксперты. Это неудивительно. Во всем мире именно уровень и количество публикаций являются основным параметром, характеризующим карьеру и успехи ученого [18, 19, 20].

«Оценить проекты очень легко. Первым делом я начинаю оценивать, какие публикации за этим стоят, это очень важно – уровень публикаций. [...] Для меня важен уровень статей, это, пожалуй, самое важное в оценке коллектива». (эксперт_ИМЯ7)

«Вы показываете, что такие у нас статьи есть и такие у нас есть публикации. И что мы не новички в науке, и что мы понимаем научную проблему, и что мы её будем решать». (Заявитель_ИМЯ5)

«Ну, и даже это негласная информация о том, что любая заявка, которая там дается под фамилию, эксперты начинают с того, что они проверяют, а что это за человек, как он известен в научном мире: его цитирование, его публикации и так далее». (Заявитель_ИМЯ9)

Есть критические исследования подобного состояния дел, согласно которым подобная индивидуализация и кодификация научной работы и оценка ее результатов дают возможность внедрить принципы государственного управления в научное сообщество [22, 23].

Более того, многие информанты показали, что, чтобы получить проект по определенной теме, уже нужно иметь опубликованные тексты именно по этой теме, а также пару публикаций, отправленных в печать, с тем чтобы по получении гранта просить издательство добавить строки о финансовой поддержке со стороны грантодателя при работе над данной статьей.

«Фактически для того, чтобы в нашей области выиграть проект, надо иметь 1–2 публикации в этом направлении». (Заявитель_ИМЯ8).

«Мы делаем каким образом ещё: вот если тематика идёт, пишутся статьи, они висят в журнале 2–3 года, если мы подаём эту заявку, вот в этом году там всё. Можно всегда позвонить в редакцию, попросить сделать ссылку по статье. [...] То есть вот мы работали, написали статью, потом мы как бы подаём заявку. И мы вот сейчас, допустим, подаём РФФИ заявку, у нас уже есть задел и есть 2 статьи, висящие в журнале. И как

только мы получаем подтверждение, мы тут же звоним и просим там вставить. И всё. И по-другому никак». (Заявитель_ИМЯ5)

Вторым по значимости параметром после публикационной активности называлась репутация коллектива, которую создают статус руководителя научного коллектива и репутация и опыт данного университета в работе с данным фондом. Основным концептом здесь становится «научная школа»:

«Есть ли там известные школы – это одно. Если там школ нет, это совсем другое. Научная школа – это основа, база всех научных исследований. Если есть научная школа, тогда есть и серьезная продукция. Научная школа строится десятилетиями». (Эксперт_ИМЯ7)

«Я как ученый, доктор наук, буду в науке существовать до тех пор, пока у меня есть школа моя. Для того, чтобы мне эту школу иметь, я должна иметь приоритетное какое-то научное направление. Это самое важное». (Заявители_ИМЯ6)

«Научная школа – это основа, база всех научных исследований. Если есть научная школа, тогда есть и серьезная продукция. Научная школа строится десятилетиями». (Эксперт_ИМЯ2)

Еще одним важнейшим фактором успешности заявки становятся наработанные связи на конференциях, в переписке. Это важный параметр, который не заметен в тексте заявки невооруженным глазом, но который проговаривался практически всеми респондентами.

«Если выезжаешь на наши внутригосударственные конференции, и вас видят, они же все сидят в экспертных советах. Они видят, кто, как работают по уровню доклада, и однозначно выигрывает человеку обеспечивается». (Заявители_ИМЯ_8)

«[надо] внимание туда акцентировать, то есть созваниваться с людьми, входить через какие-то альтернативные каналы, заявлять о себе постоянно. Потому что одна заявка просто на конкурсе, она ничего не решает... А если ты вот на слуху где-то у них, они помнят». (Заявители_ИМЯ12)

«То есть если так выйдет, то, что эксперт будет читать твою заявку, кажется, он как то косвенно тебя знает, то он уже с другим отношением будет читать, будет вспоминать: «Ой, я этого человека знаю»». (Заявители_ИМЯ11)

Подтверждаются эти позиции и в интервью экспертов:

«Если в той же ситуации «на грани» заявка приходит, от кого-то незнакомого, которого ты никогда ни на конференциях не видел, ни публикаций серьезных его не видел, то, конечно, [это] вызывает настороженность, но за этим следует то, что [...] начинаешь смотреть, [...] кто про это знает». (Эксперт_ИМЯ3)

Еще одним доказательством важности личных связей может служить пример с написанием технического задания для ФЦП одной из информанток, когда она, исходя из собственного идеала науки, прописывает задание, в которое могут пройти только 2–3 научных коллектива, которые она считает профессиональными, и чтобы не дать возможность «штрейкбрехерам».

Как ни странно, опыт предыдущей работы по грантам в качестве критерия оценки не указал ни один информант. Хотя, возможно косвенным, признаком наличия предыдущего опыта, а также материальным воплощением

репутации можно назвать перечисляемое, доступное данному коллективу оборудование. С одной стороны, это показывает наличие материальной базы необходимого, чтобы выполнить проект, с другой – доказывает, что руководитель коллектива нацелен на долгосрочную работу и не направит все деньги на зарплату, а готов вкладываться в будущие исследования.

«Серьезное научное исследование на современном этапе, которое обязательно ведется с применением нанотехнологий, – это проникновение в «наномир», никуда не денешься от этого, и это возможно только в серьезных научных центрах с серьезным оборудованием. В России таких центров можно по пальцам пересчитать». (Эксперт_ИМЯ7)

«Прикладные задачи гораздо сложнее, потому что там реальность должна быть: вот когда они проверяют, они должны приехать, увидеть это «малое производство», увидеть эту вот она стоит установка, она горячая и она действительно. Вот стоит так и это производство.» (Заявитель_ИМЯ5)

«...скажем, у нас [...] – прибор, который стоит 6 млн, конечно, он не на один проект, опять же цена контракта тоже порядка нескольких млн, обычно полтора, у нас были на 2, 3 млн, 6 млн последний. То есть, эти цифры значительно меньше, чем оборудование стоит. То есть, мы, конечно, пользуемся, что у нас есть, это большая заслуга нашего начальника ИМЯ, то, что в свое время он смог сделать технологический центр, если бы у нас его не было...» (Заявитель_ИМЯ10).

Внимание: конкуренты

Интересна тема конкуренции в этом довольно узком профессиональном сообществе. С одной стороны, конкуренты – те, кто претендуют на те же деньги, что и ты, с другой, они – потенциальные партнеры по коалиции для крупного проекта, рекомандатели для защит аспирантов и докторантов, те, кто будут делать экспертизы твоих заявок и отчетов, писать технические задания.

Таким образом, политика фондов и узкое научное сообщество часто сталкивают конкурентов. И единой стратегии поведения здесь нет.

Кто-то решает «топить» отчеты и любые начинания конкурентов:

*«У нас сейчас встает проблема экспертиз – кто будет экспертировать заявки? Ну, заявки это одно дело – кто будет экспертировать научный отчет? Сталкивалась с таким обстоятельством: люди, которые подавали параллельно со мной заявку на грант и не прошли по каким-либо причинам эти люди (ученый, его коллектив) являются экспертом научно-технического отчета. С точки зрения обыкновенного человека – как вы будете экспертировать эту работу, наверное, возникнет в голове – “да я мог бы лучше”. Если я (или не я, эксперт) на стадии отчета поддержит эту работу, то, соответственно, у меня это плюс еще один грант, у него этого плюса не будет – что он будет делать в этой ситуации? Вот вам, пожалуйста, **система экспертизы, вопрос этики**. Его невозможно убрать, этот вопрос».* (Заявитель_ИМЯ6)

«По требованиям тех. задания. То есть его изменить никак нельзя, мы под него подписались, мы изучили литературу. Поняли, что это тупиковый

вариант. Видимо, это было специально составлено, чтобы отсеять ненужных на этапе конкурса, кому-то там перешили дорогу в этом плане, потому что это опять же к вопросу формирования, с другой стороны, но тематика формируется опять же – вот и другой конец этой палки. Ты подаешь заявку на формирование тематики, ты, конечно, пишешь для себя. Негласное требование таково, что ты должен вставить в эту заявку то, что отсеет тех, кто не нужен, в итоге получается такой крокодил». (Заявитель_ИМЯ10)

Кто-то, напротив, исходит из идеалов развития науки или стратегически, а так как научных коллективов по сходной теме «раз, два и обчелся», стараются поддерживать профессиональные связи:

«В конце прошлого года я писала лот для мероприятия [ФЦП], то есть я формировала лот с техническим заданием. Этот лот прошел, и я, когда его писала, естественно, я предполагала те коллективы, которые будут подавать эту заявку, ну и так, чтобы не было «штрейкбрехеров», которые, не имея научного задела, «войдут» и знаете как сделают [...]. Этот лот был прописан таким образом, чтобы люди, которые давно работают в этом направлении, легко вошли». (Заявители_ИМЯ6)

«кухня такая, что те команды, которые занимаются наукой в России [по данной теме], раз-два и обчелся». (Заявитель_ИМЯ14)

Но на прямой вопрос о доверии экспертам, за исключением одного заявителя, все информанты отвечали, что доверяют экспертной оценке, ее делают «ученые», на чью «порядочность полагаются».

«Ученые всегда были [экспертами], проблема в том, как вы будете излагать для ученого – опять же для того эксперта, насколько ваш отчет будет понятен человеку, который не абсолютно погружен в вашу тематику? Попробуйте убедить его в том, что ваши работы заслуживают внимания. Я полагаюсь, конечно, на порядочность и честность экспертов, хотя это не всегда получается». (Заявитель_ИМЯ6)

Эта отсылка к порядочности ставит множество этических вопросов в институте экспертизы как системе, на которые указывали многие заявители и эксперты. В интервью с экспертами были примеры из их практики, когда они получали на экспертизу собственные заявки или заявки от коллег со своего факультета или лаборатории. Правила фондов запрещают подобные оценки, но в одном случае эксперт говорит, что он в соответствии с правилами отказался от экспертизы данной заявки, во втором – поставил максимальные оценки своему проекту.

«Вопрос: Если есть опыт обсуждения грантовой деятельности с зарубежными коллегами, какие различия существуют?»

Ответ: [...] Различия в системе экспертиз на первом месте [...]. По крайней мере, общаясь с немецкими коллегами, я вижу, что у них система экспертиз более развита: если два эксперта дают крайне отрицательную, затем положительную оценку, все-таки отдается еще четвертому. Это хорошая, вообще, вещь, у нас этого пока в настоящее время нет.» (Заявитель_ИМЯ9)

Неизменные мобильности [6] в структуре научных заявок

Неизменные мобильности – термин, характеризующий научное знание, предложенный одними из первых микроисследователей лабораторий Б. Латуром и С. Вулгаром. Незменные мобильности – объекты, в том числе и научное знание, которые имеют свойство перемещения, при этом сохраняя все свои качества, неизменность данного объекта, его презентуемость, читаемость и возможность быть соединенным с иным объектом, оставаясь неизменным. Применительно к науке это означает, что знание, которое выходит из лаборатории при переносе в другие географические или организационные пространства, остается неизменным, связанным с определенным набором материальных и нематериальных объектов, которые это знание выражают. «Как критерии оценки отражают идею неизменной мобильности? На первый взгляд, именно мобильные и правильно оформленные результаты оцениваются высоко: предпочтение публикаций на одном из мировых языков в цитируемых журналах, наличие международных патентов и т.д.» [23].

Локальное, глобальное в заявительном процессе

Для современного научного дискурса характерна постоянная деконструкция эпистемических границ [24]. Научное поле наполнено классификационными схемами, которые определяют явления. Одной из значимых для экспертов и заявителей схемой оказывается деление на мировой и локальный контекст. И, кажется, это основополагающее для оценки различие не дает возможности соединить в заявке обе грани. В поведении экспертов очень явно выражена стратегия, когда он либо закрывается от всех, оценивает исходя из каких-то собственных критериев, либо, напротив, вписывает себя в мировую сеть, закрываясь от российской.

«Если внимательно смотреть на позиции, которые задают, структурируют заявку – там же основное – «соответствие мировому уровню». Какие Вы ожидаете получить оригинальные результаты, в какой степени они отвечают мировому уровню. (Эксперт_ИМЯ2)

«Когда мы выходим на мировой рынок, все-таки мы должны понимать, что мы должны конкурировать именно там, не среди своих». (Эксперт_ИМЯ7)

Возникает дилемма, особенно для гуманитарных и социальных наук, связанная с тем, что, с одной стороны, государственная политика, а за ней и политика фондов, и требования экспертов требуют соответствия проекта мировому уровню, вписанности в международную науку, а с другой – должны исследоваться актуальные и специфические для России проблемы, и предлагаться методы решения. Есть и международные тренды движения науки от глобального к локальному: для социальных наук исследование и формулирование именно локального в противовес глобальному – дискурс, который получает все большую поддержку. Например, исследования Арктики и малых народностей, локальных сообществ, что требует формулировки проблем в терминах локуса, а не всеобщего [25]. Есть и размышления экспертов об этой дихотомии, которая не может быть решена в рамках нынешней полити-

ки фондов, и эксперт сам должен принимать решение, какая из сторон сейчас кажется более значимой:

«С моей точки зрения, важнее, наверно, то, что в отечественной [науке]. Потому что я сторонник той позиции, что должна быть на самом деле Национальная наука, а не Мировая. У нас разный язык, у нас разный менталитет, по-разному устроен мозг, и мировые рейтинги – это ни о чём [...] Переложить это на простой английский язык, очень сложно [...] Потому что, с одной стороны, есть высказывания того, что если мы в мировую науку «ввязались», то должны соответствовать этому уровню, соблюдать стандарты, а с другой, как психофизиолог, я понимаю, что у нас разный мозг. У нас разная ментальность, у нас разный язык. Всё это унифицировать, это в ущерб, на самом деле науке. Наука должна быть разной». (Эксперт_ИМЯ2)

Заявители практически все повторяют дискурс включения в мировую науку, но включения только в терминах публикаций и цитирования. Вопросы постановки проблемы, актуальности, знания мировых исследований по своей узкой проблематике заявителями не ставится. Противоречие «мировая – локальная» осмысляется только экспертами и теми из заявителей, кто имеет опыт международных проектов:

«С моей точки зрения, надо требовать в заявках именно большую часть места уделять именно бекграунду, так сказать, актуальности, «вписанности» в мировое сообщество и т.д. а не детального плана работы, что делаете в первом полугодии 14 года, что делаете во втором полугодии 15 года и т.д.». (Заявитель_ИМЯ14)

Междисциплинарность как один из параметров неизменной мобильности

Еще одна возможность существования мобильности неизменного знания – продвижение не только географическое, в мировые журналы, но и междисциплинарное.

Междисциплинарные коллективы в российских научных структурах, наполненных институциональными границами кафедр, факультетов, лабораторий, появляются весьма неохотно. Однако российская государственная политика, так же как и мировые политические предпочтения, формирующие научную моду на нано-, биоисследования, становятся фактором для мобильности. Документами, которые формируют это движение, служат государственные технические задания по федеральным целевым программам, так же как и перечень приоритетных научных направлений, принятый структурами для определения наиболее перспективных для финансирования научных направлений.

«Сейчас я могу сказать, что за последние 5–10 лет финансирование физических исследований резко сокращается не только в России, но и за рубежом, а, например, финансирование исследований в медицине возвращается к экспоненте, поэтому мы вынуждены соваться в такие вот вещи, где можно

использовать физические методы в медицине, например». (Заявитель_ИМЯ14)

Подобные списки, с одной стороны, порождают ситуацию, когда исследователи вынуждены обращаться к новым для себя исследовательским полям, с другой – рождаются симуляции подобных проектов. Один из информантов называет такие свои проекты «крокодилами», иначе – заявками, в которых среди множества слов и применений в терминах составленного списка приоритетных направлений заявитель пытается спрятать свой реальный проект, не имеющий ничего общего с данным списком.

«Ответ: Да, есть такой момент, но для научных прорывов есть другие механизмы

Вопрос: Например?

Ответ: Во-первых, это разработка под прикрытием другого проекта, я думаю, что для вас не будет секретом, что проект выигрывается под одно, а реально основная часть работы производится под другое. То есть, в принципе, такое очень распространено, насколько я слышал, и не вижу здесь ничего плохого, собственно. Если не получается, или нет под непосредственную тематику – давайте возьмем под близкую и часть серии просто распределим». (Заявитель_ИМЯ4)

Одним из индикаторов подобной профанации для оценщиков становится отсутствие в научном коллективе соответствующих специалистов. В наших интервью есть пример, когда руководитель лаборатории, решившийся на объединение тем для увеличения шансов на поддержку заявки, оказался не готов расширить свои контакты и включить в коллектив новых людей из другой дисциплины. В таком случае, как показал опыт двух его заявок, шансы на победу равны нулю.

«По медицине нас периодически там не пускают. Ну, мы сейчас, видимо, будем, учтем опыт предыдущих наших подач заявок, ну, видимо, включим медиков в команду, по-другому оформим все это дело». (Заявитель_ИМЯ10)

Однако возможно и принятие фондом научно унифицированного коллектива, если в заявке удастся показать, что медицинская, ровно как и иная нетипичная для коллектива проблема, может быть решена нетипичными методами своей науки.

«Есть проблема сибирской области: люди болеют описторхозом. Вот мы лаборатория, которая делает анализы. Анализ продуктов жизнедеятельности, вот этого описторхоза. То есть там происходит реакция, выделяются продукты, мы их анализируем, мы химики. Вот просто химически анализируем присутствие, концентрации этих веществ. Есть фармакологи – они изобретают лекарства. Они говорят, вот лекарство. Мы считаем, что там действующее такое вещество химическое, которое будет оказывать влияние на рост, бактерий, паразитов и т.д. Естественно, там попутно вот слова специальные, терминология». (Заявитель_ИМЯ5)

Все же наиболее успешна эта стратегия в случае дополнения команды ее сотрудниками из других сфер, часто медицины, для формирования «проходной» заявки, тем самым расширяя сеть, включая туда специалистов из других сфер знания:

«Что касается того проекта, в котором я участвовал, по факту случилось так, что они выиграли проект, к которому не были готовы – по сути, у них не было технических специалистов в области информационных технологий, а проект был чисто по информационным технологиям, правда, в прикладной области химии. И, получилось, что придя к нам на факультет – наш коллектив тогда как раз работал при факультете – они пришли к нам». (Заявитель_ИМЯ4)

«Есть необходимость – мы тех же сотрудников из неонатологии [медицины], которые у нас на кафедре [физики] на полставки работают, включаем». (Заявитель_ФАКУЛЬТЕТ1).

«Вопрос: Для каждого проекта это получается абсолютно уникальный коллектив?»

Ответ: Нет, не всегда уникальный коллектив, потому что всё-таки есть направления исследования, и люди – те, которые работают, уже сложившийся, так скажем, коллектив, который постоянно пополняется какими-то новыми людьми. Сейчас мы работаем очень тесно с биологами и с медиками, в коллектив исследования, соответственно введены медики». (Заявитель_ИМЯ6)

Более широко эта стратегия применяется в направлениях, где в названиях используются модные ныне приставки «био», «нано», широко описанная в литературе, изучающей данное явление [26, 27].

Движение между фундаментальным и прикладным

Часто коллективам приходится одну и ту же идею или метод предлагать фонду в форме как прикладного, так и фундаментального проекта, в зависимости от требований, предъявляемых данной программой или фондом. Это один из первых навыков, которому обучаются исследователи, работающие с фондами.

«Вопрос: Вот Вы пример сейчас привели, это такая, скорее прикладная, проблема, которая действительно будет всем понятна. Насколько фундаментальные проблемы, которые вы решаете, насколько часто Вы пишете такие заявки и насколько вот эту часть можно легко объяснить?» [...]

О: Вы, знаете, давайте подумаем, смотря какая заявка. Допустим, когда мы пишем в РФФИ фонд – это чисто фундаментальная заявка, ту же самую проблему мы показываем и прописываем в виде научной проблемы. И уже пишем другие задачи, [...] «выпячиваем» именно фундаментальную сторону [...]. Нужно в этой заявке показать, что мы говорим новое слово в фундаментальной науке. Мы открываем физические основы, химические основы. Мы открываем закономерности, не зависимости, а зависимости это что у нас? Допустим, «у» зависит от «х», а закономерность, это фактически закон, который, выполняется везде, и мы, в рамках выполнения проекта, открываем фундаментальные законы». (Заявитель_ИМЯ5)

«Когда фундаментальный [проект] – должен быть значимый результат общий, когда прикладную задачу – у нас конкретно по этой задаче какие-то должны быть результаты, например улучшить свойства настолько-то и настолько-то. Или получить на выходе какой-то продукт. Пожалуйста».

А если фундаментальное, то должны понять, может научиться как-то контролировать какие-то процессы и, вообще, просто физику понять, что происходит» (Заявитель_ИМЯЗ).

Некоторые из заявителей подчеркивают важность сборки команды для прикладного и фундаментального проекта – чтобы не вызвать подозрение у эксперта:

«Наверное, все-таки больше, какие группы и кто участвует, если скажем, чисто теоретическая задача, то это одни люди работают, если прикладные, то это совместно с какими-то прикладными организациями, институтами, которые могут выдать продукт готовый, это все-таки еще и разные группы». (Заявитель_ИМЯЗ)

«Мы боимся заниматься прикладными вещами, потому что прикладные вещи требуют от нас большого знания стандартов, гос.технологий, раньше у нас был специальный отдел в институте, мы этим делом занимались, сейчас у нас это дело потеряно». (Заявитель_ИМЯ8)

Однако для победы более важным, чем междисциплинарность или правильное попадание в прикладную/фундаментальную науку, часто оказывается включение новых экономических агентов в структуру заявки. Поэтому актуально обеспечить сотрудничество науки и производства с целью внедрения знаний-результатов и создания совместных проектов.

Идея истинности, универсальность получаемого научного знания в процессе работы ученого с фондами уходит на второй план. Первым становится разделяемая всеми политиками, чиновниками в ведущих мировых державах ориентация на приоритеты глобальной конкурентоспособности, результативности в области исследований и механизмы их измерения, а также трансформация знаний в инновации.

«Вопрос: А по ощущениям сами структуры заявки, сами тематики, что у РФФИ и ФЦП, нет ощущения, что они скорее направлены именно на прикладной аспект, и они отбирают его?»

Ответ: Да, да, мне кажется, там да. Не идет вот это вот, уклон в сторону прикладной, не только должна быть прикладная, а чтобы с коммерческим последующим выходом, ФЦП исследования, разработки, где-то там даже в конкурсной документации, в отчетной опять документы...». (Заявитель_ИМЯ10)

«По приоритетным направлениям развития, там даже в техзадании написано, вот там экономические показатели, которые требуются, обязательно технико-экономическое обоснование всего вот этого вот дела». (Заявитель_ИМЯ1)

«Если ты не видишь возможности коммерциализации твоих результатов (есть такое выражение, «наука ради науки», наука ради удовлетворения собственного любопытства), если ты смотришь, что твой материал может быть использован где-то, постарайся просчитать, насколько эффективно будет его использование». (Заявитель_ИМЯ6)

Удивительно, что для некоторых экспертов от науки это также становится основным фактором оценки:

«Знаний у нас достаточно, надо эти знания коммерциализовать, нужно научиться на них зарабатывать». (эксперт_ИМЯ7)

«Пожалуй, самое важное – какова отдача этой разработки на каждый вложенный рубль [...] Если я не вижу в прикладных исследованиях перспектив создания новой технологии, такую разработку я оцениваю очень низко: самое главное в фундаментальных исследованиях – это новые знания, [...] и если твои новые знания конкурентоспособны на мировом рынке, я оцениваю это положительно. Если же прикладные исследования не ведут к созданию новых технологий, я не принимаю такие прикладные исследования». (эксперт_ИМЯ7)

Сравните последнее высказывание эксперта-ученого с цитатой, приведенной в одной из статей об утилитарном отношении государственных деятелей к науке: «Премьер-министр Чехии, обозначая приоритеты финансирования в рамках бюджета, заметил: «При финансировании фундаментальных исследований [мы должны] принимать индикатор цитируемости в качестве критерия успеха, главным образом, успеха на международном уровне. При финансировании прикладных исследований [мы должны] поддерживать те, что способны в кратчайшие сроки конвертировать результаты своей работы в инновации (передача технологий). Результаты фундаментальных исследований, которые не выходят на «мировой рынок», приравниваются к инновациям, которые уже были изобретены и внедряются кем-то другим» [23, Р.286]. Таким образом, в соответствии с идеалами государственной политики, нацеленной на экономические (ранее – военные) преимущества, рождаемые наукой и техническими новациями, этот подход превращает научную деятельность в «капиталистический способ научного труда»[28].

Прошлое и будущее как актер в заявках

Без наводящих вопросов со стороны интервьюера почти все информанты говорили о том, что они продают фондам уже частично сделанный продукт. Научные группы поставлены в такие условия – позднее получение денег (обычно деньги по контрактам получают через несколько месяцев с момента срока его подписания), сложности закупок, недостаточное время для проведения действительно полных, особенно фундаментальных, исследований – обычно горизонт планирования 1–1,5 года.

«Когда ты ужеходишь в тему, у тебя 30-40% наработано, ты уже понимаешь проблемную ситуацию. Тогда ты только начинаешь и пишешь заявку, иначе тебе будет сложнее, потому что ты не можешь просчитать все риски». (Заявитель_ИМЯ5)

«Грубо говоря, надо сделать проект процентов на 55, может быть и больше, то есть быть уверенным, что все это работает». (Заявитель_ИМЯ8)

«Вы представляете, за 660 тыс. [рублей] мы должны 1 докторскую представить и 1 кандидатскую за 3 года. Основываясь за такие деньги, это все нереально. Надо брать человека, у которого готовые диссертации есть». (Заявитель_ИМЯ8)

«Потому что по логике вещей, вы же понимаете, что, получив грант на 2 года, реальная отдача за этот период времени в наших условиях нереальна».

Это не Запад, где вы можете заказать установку и в течение трех месяцев ее получить». (Заявитель_ИМЯ14)

Краткосрочные горизонты планирования в фондах не дают возможности протраивать работу по действительно большим научным проектам. И здесь на первый план выходит фигура научного руководителя коллектива, который должен суметь разделить тот большой проект на несколько мелких, распланировать, под какую часть можно получить финансирование, и собрать команду под нужды проекта и требования фонда.

В свою очередь, и эксперты оценивают прошлое. Они оценивают и поддерживают проекты, имеющие за собой опыт публикации заявителя по данной тематике, оценивают уже имеющиеся проекты по теме. И с точки зрения минимизации рисков и угрозы позиции эксперта это очень рациональная стратегия.

«Если ты видишь, что люди занимались одним, а тут подают заявку на вот это [...]. Ты смотришь список публикаций, ты смотришь имеющийся задел, вот тут связанность и есть, потому что сразу видно, что публикации или по другим темам, человек этим никогда не занимался, и ожидать, что он развернется за год, за два, сделает что-то такое, не реально». (Эксперт_ИМЯ2)

Это очень рыночная стратегия к оценке, когда ни эксперт, ни фонды не желают становиться венчурными инвесторами, но хотят видеть какой-то продукт, который не будет новым, но будет гарантированным. Об этом говорят заявители, и здесь значимой становится фигура руководителя научного коллектива. Если руководитель ориентирован долгосрочно, то он выбирает пошаговое движение: постепенное накопление количественных индикаторов, а стратегия по развитию научного знания в данном контексте становится стратегией продажи старого продукта фонду, выделение небольшого числа денег для доработки этого старого продукта для продажи фонду, а львиная доля полученных денег молчаливо направляется в новые рискованные проекты, по которым, таким образом, делаются публикации, набирается материал, и затем уже этот устаревший продукт продается фонду.

«Всегда надо деньги вкладывать, которые есть, по возможности вкладывать в развитие, потому что без этого...ну, это будет тупик». (Заявитель_ИМЯ_10)

«Грубо говоря, надо сделать проект процентов на 55, может быть и больше, то есть, быть уверенным, что все это работает. ... Грубо говоря, получаешь деньги назад за вложенные или из другого гранта. ... А по-другому никак не сделаешь». (Заявитель_ИМЯ8)

Таким образом, имевшиеся до подаваемой заявки проекты, сложившаяся и представляемая в заявке сеть, включающая предыдущие проекты и имеющиеся связи, в том числе с иностранными университетами, могут дать дополнительные бонусы при продаже нового проекта, но только для искушенного игрока, кто рационализировал и проговорил наиболее выигрышные стратегии презентации материала. Те, кто подает наобум, не задумываясь о форме, оказываются наименее успешными игроками.

«Первый лот, в котором мы участвовали – там, по сути, у нас не было конкурентов. Один лот. Правда, по собственной глупости, у нас была ошибка с датами – месяц был неправильно указан, не месяц даже – год, то есть совершенно абсурдные были данные, но по формальным критериям, нашу заявку, единственную по этому лоту отклонили» (Заявитель_ИМЯ4)

Заключение

Исследование показало, что ситуации оценки проекта и работы над заявкой – не стратегическая игра эксперта и заявителя, не коммуникация, когда заявитель пытается донести до эксперта какую-либо идею либо выстроить индивидуальную, масштабную сеть поддержки, но игра обеих сторон по правилам, навязываемым им политическими или государственными агентами.

«Если скажут, что прикладные будут стоить в 10 раз больше работы, чем фундаментальные, и дадут определение, что такое прикладная, мы, конечно, будем заниматься прикладными вещами». (Заявитель_ИМЯ8).

«Мы максимально пытаемся найти свой научный интерес в тех конкурсах, которые министерство уже объявило. Это не значит, что мы всегда работали по этой тематике». (Заявитель_ИМЯ9).

Нам показалось любопытным, что в отличие от наблюдаемых исследователями дискурсов био- и нанонауки в западном обществе, связанных с метафорой «прорыва», способной убедить публику в успешности этой технологии, и анализа нарративов через понятия «прогнозы», «сценарии развития», «выгода», «заинтересованные группы», никто из российских информантов – ни заявители, ни эксперты – не обращаются к будущему, к прорыву и открытию, а только к обыденным практикам ведения научной деятельности, повседневной работе лабораторий и т.п. Это можно объяснить двояко. Во-первых, что российские ученые не рассчитывают осуществить прорыв. Они «вписываются в контекст мировой науки», «не дают умереть лаборатории», «коммерциализируют исследование», но не делают значимого вклада, собственно, в развитие науки. И тогда инструментальный вопрос состоит в том, как изменить установки российского ученого с курса выживания и сохранения к дискурсу открытия, изменения, прорыва. Еще одним объяснением этого феномена может стать то, что работа с фондами, тексты заявок для них воспринимаются не как внешние тексты, нацеленные на ненаучную публику, что требует навыков манипуляции словом, донесения своей полезности публике и политикам. Экспертиза от фондов представляется заявителям экспертизой внутри научного сообщества, и эксперты, хотя и не будут специалистами в данной узкой отрасли, но все же являются «своими» (об особенностях и различиях коммуникации ученых с представителями внешних и внутренних групп см. [29]). Вторая группа оценщиков определяется как «чиновники», у которых узкий инструментальный взгляд на научные исследования, и нужно лишь выстроить свои документы, подаваемые вместе с содержательной заявкой, в правильной форме. Об этом говорят практически все респонденты, когда рассказывают о проектах ФЦП, когда оценщиков там абсолютно не волнуют научная новизна, значимость, адекватность, важны только обещания роста количественных показателей. В этом случае нет нужды тратить время на смысловые бло-

ки текста заявки, нужно лишь простроить стратегии максимизации количественных показателей. Таким образом, многие стратегии научных коллективов подстраиваются под существующий формат политики, основанной на доказательствах (цитируемость, количество статей, хоздоговоров), которая, в свою очередь, основана на экономической парадигме оценки эффективности и подчиняется требованиям правительства предоставлять отчеты в цифрах.

Кроме этого, посмотрев на списки перспективных отраслей научных исследований, стоит заметить, что политика науки формируется в дискурсах экономической выгоды, в русле восприятия науки как инструмента международной власти (дискурс времен холодной войны), но абсолютно отсутствует понимание науки как «социально надежной» [30], когда оцениваются выгоды и риски в целом для общества – дискурс, развивающийся сейчас в странах Западной Европы. Ни междисциплинарность, ни экономические агенты, которые включаются в заявку и затем в результаты исследований, не требуют от руководителя научного коллектива обратиться к связке «наука / общество». Это показывает слабость общества в политических и научных полях. В отличие от западной науки, где в последние годы социальный ученый является обязательным участником научного коллектива, работающего в науках о жизни, должен оценить научный проект с позиции его пользы/ угрозы для общества. У нас наука и технические инновации не рассматриваются ни обществом, ни государством как потенциальная угроза, так же как и сфера решения гуманитарных проблем. Может, поэтому ни в текстах ученых, ни в идеях директоров инновационных фирм не прослеживается нацеленность производимого продукта на потребителя-индивидуума. С советских времен в технических и научных проектах говорится о социальной актуальности открытия или изобретения, за которой не виден человек.

Литература

1. *Latour B.* Reassembling the social: an introduction to Actor–network theory. Oxford; New York, Oxford: University Press, 2005.
2. *Mirowski P.* The Effortless Economy of Science? In Durham. NC: Duke University Press, 2004.
3. *Kitcher P.* The Advancement of Science. New York: Oxford University Press, 1993.
4. *Gaudilliere J.-P., Lowy I.* (eds.). The Invisible Industrialist. London: Macmillan. 1998.
5. *Shapin S.* Ivory Trade, in London Review of Books, 2003.
6. *Latour B., Woolgar S.* Laboratory Life. The Construction of Scientific Facts. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1986 (1979).
7. *Lynch M.* Art and Artifact in Laboratory Science: A Study of Shop Work and Shop Talk in a Research Laboratory. London: Routledge and Kegan Paul, 1985.
8. *Knorr-Cetina K.* Epistemic Cultures: How the Sciences Make Knowledge. New York, 1999.
9. *The handbook of science and technology studies / Edward J.Hackett... [et al.], editors. – 3rd ed. 2007.*
10. *Pickering A.* Science as practice and culture. University Of Chicago Press, 1992.
11. *Schatzki Tr., Knorr-Cetina K., Von Savigny E.* The practice turn in contemporary theory. Routledge. London, 2001.
12. *Jasanoff S.* Designs on Nature: Science and Democracy in Europe and the United States. Princeton University Press, 2005.
13. *Guston D., Keniston K.* The Fragile Contract: University Science and the Federal Government. MIT Press, 1994.
14. *Callon M.* (ed.). The Laws of Markets. Oxford: Blackwell, 1998.
15. *Mirowski P., Sent E.-M.* The Commercialization of Science and the Response of STS // Handbook of Science, Technology and Society Studies, 3rd ed. Hackett E.J. (ed.) Et al. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2007.

16. *Mirowski P., Sent E.-M.* (eds.) *Science Bought and Sold*. Chicago: Chicago University Press, 2002.
17. *Latour B.* *Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers Through Society*. Milton Keynes: Open University Press, 1987.
18. *Garforth L., Stöckelová T.* *Science Policy and STS from Other Epistemic Places // Science, Technology & Human Values*. 2012. Vol. 37, 2. P. 226–240.
19. *Strathern M.* (ed.) *Audit Cultures: Anthropological Studies in Accountability, Ethics and the Academy*. London: Routledge, 2000.
20. *Velody I.* *Knowledge for What? The Intellectual Consequences of the Research Assessment Exercise // History of the Human Sciences*. 1999. Vol. 12. P. 111–146.
21. *Brew A., Lucas L.* (eds.) *Academic Research and Researchers*. Maidenhead, UK: Society for Research in Higher Education/Open University Press, 2009.
22. *Shore C.* *Audit Culture and Illiberal Governance: Universities and the Politics of Accountability // Anthropological Theory*. 2008. Vol. 8. P. 278–298.
23. *Stöckelová T.* *Immutable Mobiles Derailed: STS, Geopolitics, and Research Assessment // Science, Technology & Human Values*, 2012. Vol. 37, 2. P. 286–311.
24. *Webster A.* *Crossing boundaries social science in the policy room // Science, Technology & Human Values*. 2007. Vol. 32(4). P. 458–478.
25. *Clark A.M.* *New Civic Epistemologies of Quantification: Making Sense of Local and Global Indicators of Sustainability // Science, Technology & Human Values*. 2005. Vol. 30(3). P. 403–432.
26. *Kearnes M. & Macnaghten, P.* *Introduction: (Re)Imagining Nanotechnology, introduction to a special issue // Science as Culture*. 2006. Vol. 15(4). P. 279–290.
27. *Roco M.C. and Bainbridge W.S.* (eds.) *Converging Technologies for Improving Human Performance: Nanotechnology, Biotechnology, Information Technology and the Cognitive Science*. Arlington, VA: National Science Foundation, 2002.
28. *Slaughter S., Leslie L.* *Academic Capitalism: Politics, Policies and the Entrepreneurial University*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press, 1997.
29. *Gottweis H., Braun K., Haila Y., Hajer M., Loeber A., Metzler I., Reynolds L., Schultz S., Szczyński B.* *Participation and the new governance of life // Biosocieties*, 2008. Vol. 3(3). P. 265–286.
30. *Nowotny H., Scott P., Gibbons M.* *Re-thinking science: Knowledge and the public in an age of uncertainty*. Cambridge: Polity Press, 2000.

Popova Evgenia V., Kamenschikova Alyona M., Shadrina Galina N. Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation)

ASSESSMENT CRITERIA FOR EVALUATION OF RESEARCH PROJECTS: STRATEGIES OF EXPERTS AND APPLICANTS

Key words: scientific projects, proposers.

There seem to be no easy ways to form standardized assessment criteria for new technologies given their novelty both in terms of science and technology and in terms of commercialization. The needs of the knowledge-making and the market agents are not easily reconciled. Given the ambiguity of the situation, negotiation and communication skills of the applicants come to the forefront as well as their ability to stand up for their innovation and create a sort of 'material-semiotic protection'. This research addresses the attempts at 'construction of entities', i.e. attempts of applicants to create the network, and the ways the experts from funds responsible for proposal assessment are devising to counteract the attempts. We have interviewed people involved in the application process in Tomsk universities and research institutes, both applicants and experts, and analyzed the discourses used by applicants to substantiate their innovations and gain the support of influential actants for protecting the innovation and substantiating its benefits, as well as methods used by the experts to minimize the impact of the practices in decision-making processes.

Such a view of the problem is reminiscent of a broader approach when we analyze both internal and external agents involved in development of science and scientific knowledge. The approach is intrinsic to constructivist (interpretivist) scientific views originated from studies of scientific laboratories which later brought about a new discipline, Science and Technologies Studies, which demonstrates that science is pre-determined by the environment, locality and culture and involves complex socio-technical systems, including non-human actors.

References

1. *Latour B.* Reassembling the social: an introduction to Actor-network theory. Oxford; New York, Oxford: University Press, 2005.
2. *Mirowski P.* The Effortless Economy of Science? In Durham. NC: Duke University Press, 2004.
3. *Kitcher P.* The Advancement of Science. New York: Oxford University Press, 1993.
4. *Gaudilliere J.-P., Lowy I.* (eds.). The Invisible Industrialist. London: Macmillan. 1998.
5. *Shapin S.* Ivory Trade, in London Review of Books, 2003.
6. *Latour B., Woolgar S.* Laboratory Life. The Construction of Scientific Facts. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1986 (1979).
7. *Lynch M.* Art and Artifact in Laboratory Science: A Study of Shop Work and Shop Talk in a Research Laboratory. London: Routledge and Kegan Paul, 1985.
8. *Knorr-Cetina K.* Epistemic Cultures: How the Sciences Make Knowledge. New York, 1999.
9. *The handbook of science and technology studies / Edward J.Hackett... [et al.], editors. – 3rd ed. 2007.*
10. *Pickering A.* Science as practice and culture. University Of Chicago Press, 1992.
11. *Schatzki Tr., Knorr-Cetina K., Von Savigny E.* The practice turn in contemporary theory. Routledge. London, 2001.
12. *Jasanoff S.* Designs on Nature: Science and Democracy in Europe and the United States. Princeton University Press, 2005.
13. *Guston D., Keniston K.* The Fragile Contract: University Science and the Federal Government. MIT Press, 1994.
14. *Callon M.* (ed.). The Laws of Markets. Oxford: Blackwell, 1998.
15. *Mirowski P., Sent E.-M.* The Commercialization of Science and the Response of STS // Handbook of Science, Technology and Society Studies, 3rd ed. Hackett E.J. (ed.) Et al. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2007.
16. *Mirowski P., Sent E.-M.* (eds.) Science Bought and Sold. Chicago: Chicago University Press, 2002.
17. *Latour B.* Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers Through Society. Milton Keynes: Open University Press, 1987.
18. *Garforth L., Stöckelová T.* Science Policy and STS from Other Epistemic Places // Science, Technology & Human Values. 2012. Vol. 37, 2. R. 226–240.
19. *Strathern M.* (ed.) Audit Cultures: Anthropological Studies in Accountability, Ethics and the Academy. London: Routledge, 2000.
20. *Velody I.* Knowledge for What? The Intellectual Consequences of the Research Assessment Exercise // History of the Human Sciences. 1999. Vol. 12. R. 111–146.
21. *Brew A., Lucas L.* (eds.) Academic Research and Researchers. Maidenhead, UK: Society for Research in Higher Education/Open University Press, 2009.
22. *Shore C.* Audit Culture and Illiberal Governance: Universities and the Politics of Accountability // Anthropological Theory. 2008. Vol. 8. R. 278–298.
23. *Stöckelová T.* Immutable Mobiles Derailed: STS, Geopolitics, and Research Assessment // Science, Technology & Human Values, 2012. Vol. 37, 2. R. 286–311.
24. *Webster A.* Crossing boundaries social science in the policy room // Science, Technology & Human Values. 2007. Vol. 32(4). R. 458–478.
25. *Clark A.M.* New Civic Epistemologies of Quantification: Making Sense of Local and Global Indicators of Sustainability // Science, Technology & Human Values. 2005. Vol. 30(3). R. 403–432.
26. *Kearnes M. & Macnaghten, P.* Introduction: (Re)Imagining Nanotechnology, introduction to a special issue // Science as Culture. 2006. Vol. 15(4). R. 279–290.
27. *Roco M.C. and Bainbridge W.S.* (eds.) Converging Technologies for Improving Human Performance: Nanotechnology, Biotechnology, Information Technology and the Cognitive Science. Arlington, VA: National Science Foundation, 2002.
28. *Slaughter S., Leslie L.* Academic Capitalism: Politics, Policies and the Entrepreneurial University. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press, 1997.
29. *Gottweis H., Braun K., Haila Y., Hajer M., Loeber A., Metzler I., Reynolds L., Schultz S., Szczyński B.* Participation and the new governance of life // Biosocieties, 2008. Vol. 3(3). R. 265–286.
30. *Nowotny H., Scott P., Gibbons M.* Re-thinking science: Knowledge and the public in an age of uncertainty. Cambridge: Polity Press, 2000.

УДК 316:444

Е.И. Самофалова

**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ
ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ СТРУКТУРЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
И ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ МИГРАЦИИ:
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФЕНОМЕНА**

Анализируется феномен социальных сетей применительно к образовательной миграции в высшем образовании. Рассматриваются различные теоретические концепции, особое внимание уделено концепции П.Бурдьё. На основе различных социологических исследований формируются основные аспекты приложения теории социальных сетей к образовательной миграции.

Ключевые слова: *социальные сети, социальный капитал, образовательная миграция.*

Исследование феномена образовательной миграции в мире приобретает все большую значимость. Это связано со многими факторами: глобализационными изменениями в обществе в целом, существующим в европейском сообществе принципом равенства в получении образования вне зависимости от страны проживания, реформами в образовательной сфере (например, Болонским процессом). Однако до сих пор пристальное внимание ученых привлекают в основном демографико-статистические (выяснение численности мигрантов в зависимости от страны, различные количественные характеристики: пол, возраст, выбираемые для обучения специальности) и психологические (адаптация мигрантов на новом месте) аспекты образовательной миграции. Социальные характеристики иностранных мигрантов зачастую игнорируются или приравниваются к психологическим. Между тем именно социальный аспект образовательной миграции может стать ключом к пониманию механизмов управления данным типом миграции и способов извлечения максимальной выгоды как для самого мигранта, так и для принимающей стороны.

В данной работе представлена попытка научного изучения социальных сетей, в которые включен образовательный мигрант, и их влияния на жизнь, учебу и психологическое состояние индивида. Акцент на высшем образовании призван прояснить степень влияния социальных сетей на студента, для того чтобы в дальнейшем стала возможна выработка необходимых мер для его успешной интеграции в принимающее сообщество, как университетское, так и общество в целом. При этом следует учитывать, что полученная информация сама по себе достаточно противоречива, что объясняется сложностью объекта изучения.

К сожалению, в своих исследованиях отечественные ученые пока мало затрагивали проблемы, связанные с социальными сетями, однако в мировой исследовательской литературе существует несколько концепций, описывающих социальные сети применительно к вузовскому образованию, причем са-

ми концепции достаточно сильно разнятся в зависимости от времени публикации статей. Поэтому для составления наиболее полного представления о социальных сетях в данной работе мы будем рассматривать феномен с нескольких точек зрения: как общесоциологическое понятие; как способ объяснения некоторых поведенческих и культурных особенностей студентов в контексте социологии образования и социологии миграции (мезоуровень), а также как социальный феномен, имеющий влияние на отдельного индивида – в данном случае имеются в виду социальные сети Facebook, vKontakte и прочие. Так как образовательный мигрант оказывается вовлеченным во множество социальных сетей различного уровня сложности и взаимовлияния, то их изучение может предоставить нам примерную картину его социальной жизни.

Итак, с точки зрения теоретической социологии социальные сети изучаются в основном в контексте структурного анализа и социометрии. Описание и основные функции социальных сетей можно найти, в частности, у К. Леви-Стросса, Р. Мертона, П. Холланда, Х. Уайта, М. Грановеттера и П. Бурдьё. Также социальные сети вписываются в концепции информационного развития общества и различные модернистские теории, например, данное понятие встречается в работах М. Кастельса, Ф. Фукуямы, Э. Тоффлера. В отечественной социологии изучением феномена занимались, в частности, Р.Н. Абрамов (концепция социальных структур в информационном обществе), И.Г. Пригожин (исследование сетевого общества), Н.В. Романовский и А.Д. Мальцева, а также Г.В. Градосельская (сетевые теории и измерения в современной социологии). В общем случае под социальными сетями понимаются «связи различной плотности и интенсивности индивидов и групп» [1].

Социальные сети, по сути, являются связующим звеном между всеми областями жизни общества, так как человек изначально является социальным существом. Так, в трехфакторной модели социального капитала Р. Патнэма (нормы взаимности, доверие между индивидами и социальные сети) отмечается, что уровень социальной поддержки и поощрения в основных социальных сетях индивида (семья, друзья, коллеги) влияет на уровень процветания страны, уровень демократии и общую стабильность. Различные девиантные социальные группы и сети появляются для решения необходимых социальных проблем, которые невозможно решить в одиночку [2]. Социальные сети также влияют на экономическую сферу жизни общества, в частности на рынок труда. Успешность карьеры и социальное признание определяются размером социальной сети, в которую включен индивид [3].

С другой стороны, с точки зрения Н. Пуvara, существующее доминирование в мире западной культуры, провозглашающей универсализм целей и возможностей, приводит к феномену эксклюзии среди национальных меньшинств. При этом базисно присутствующий в социальных сетях механизм эксклюзии отрицается на соматическом уровне как нечто не толерантное, не существующее в современном обществе (особенно это заметно в данный момент в странах Европы и США). При этом люди живут не по декларируемым в данном обществе социально-культурным нормам толерантности, но в соответствии с неким чувством соревновательности в обществе (чего именно Я могу достичь) и в соответствии с регулируемыми благами и доступом к социальной ценностной иерархии [4].

Глубокий анализ социальных сетей и их взаимосвязь на макро- и микроуровнях социологии предложил М. Грановеттер. Он рассматривал социальные сети как связующее звено между поведением отдельного индивида и действиями системы, утверждая, что наличие в сетях сильных и слабых взаимосвязей влияет одновременно на получение индивидом личного опыта и на расширение и усложнение структуры общества. При этом именно слабые социальные связи (например, различные посредники, дальние знакомые и т.п.) формируют общую сплоченность и интеграцию индивида в общественный порядок, в то время как сильные связи (семья, друзья) скрепляют отношения в узком кругу, однако способствуют разобщенности в большом ареале общественной жизни [5].

Отечественные ученые в своих исследованиях в основном не касаются макроуровня социологии при изучении социальных сетей, ограничиваясь либо передачей общих представлений о феномене для различных учебников, либо используя социальные сети как инструмент для практического анализа точечных аспектов общественной жизни (в основном интернет-сетей). Тем не менее в общей работе В.А. Давыденко, Г.Ф. Ромашкиной и С.Н. Чуканова была сделана попытка представления системного анализа социальных сетей на всех уровнях сложности, а также моделирования различных типов алгоритмов для их изучения, в основном для сложных сетей, включая анализ программного обеспечения для наглядной визуализации процессов [6]. При этом авторы признают недостаточность и комплиментарность сведений о социальных сетях и их структурах. В свою очередь, Д.А. Артимович и В.Г. Пузиков рассматривают социальные сети в контексте социального пространства, предлагая интересную типологию для классификации сетей, сравнимую с компьютерными сетевыми устройствами и моделями. Так, по их мнению, социальные сети имеют несколько базовых конструкций в зависимости от положения лидера, ключевых агентов сети и ее рядовых членов: «шина», «звезда», «точка-точка», «кольцо» и «решетка» – последняя обладает наибольшей степенью устойчивости и производительности из-за отсутствия явного лидера [7].

Обратимся далее к описанию механизмов работы социальных сетей на мезоуровнях, в том числе в социологии образования и миграции. Относительно данной работы концепция социальных сетей оказывается применима и к теории социального капитала П. Бурдьё [8]. Помимо собственно социологической теории, ученый уделял большое внимание социологии образования, поэтому используемые им ключевые понятия легко приложимы к целям нашего исследования. Так, уже в определении ключевого понятия теории – социального капитала как «агрегации действительных или потенциальных ресурсов, связанных с включением в прочные сетевые или более-менее институционализированные отношения взаимных обязательств или признаний» [9] подчеркивается сетевой характер социальных отношений, взаимосвязь между индивидами (актерами или агентами), которая является ключевой при любом типе взаимодействия. Социальные сети, в которые включен индивид, открывают доступ к различного рода ресурсам, позволяя, в свою очередь, набирать и увеличивать различные типы капиталов (социальный, культурный, символический), и таким образом осознанно или даже бессознательно фор-

мируют степень успешности индивида в жизни, его социальный статус, социальные блага и систему взаимовыгод. Следует учитывать, что капиталы конвертируются друг в друга в зависимости от цели и способов получения необходимой информации, а также свойств сетей, которые при этом задействованы. Более того, с точки зрения П. Бурдьё, наиболее значимым является не столько экономический аспект капитала (как считалось ранее, например, с точки зрения марксистских теорий), сколько именно доступ к социально-культурным ресурсам и достижениям, а также значимость этих достижений для социальных сетей, в которые включен индивид (актор). Взаимосвязь между социальными сетями и необходимыми для достижения цели ресурсами имеет взаимовыгодный характер, когда качественный или количественный прирост одной компоненты влечет за собой изменение в структуре другой. Логично предположить также, что у индивидов с большим количеством сетевых взаимосвязей больший социальный капитал, чем у индивидов с маленьким кругом общения [10. Р. 876]. Таким образом, для Бурдьё социальный капитал и социальные сети, а также вопросы членства и инклюзии-эксклюзии в этих сетях оказываются ключевыми для понимания процессов общественной жизни.

Данное описание применимо не только к общей теории социологии, но и к частным случаям, например к системе взаимодействия мигрантов с принимающим сообществом. Так, в исследовании М. Цедерберг, выполненном в том числе на основе теории П. Бурдьё, выявлены тенденции формирования особого социального класса высокообразованных мигрантов, которые оказываются исключены из коллегальных социальных сетей на местах их работы вследствие механизма эксклюзии [11. Р. 61]. М. Цедерберг утверждает, что существующие в обществе нормы эксклюзии по отношению к чужакам провоцируют, с одной стороны, механизмы защиты собственных социальных сетей мигрантов от вторжения извне (например, создаются закрытые коммуны с эффектом изоляции от окружающей среды из-за боязни каких-либо расистских действий), но, с другой стороны, стремление членов сети к добыванию необходимых для жизни ресурсов закрывает для них путь к достижению социальных успехов и успехов в коммуникации с принимающим сообществом и их социальными сетями. Собственных же ресурсов для успешной интеграции мигрантам обычно не хватает. Исследования подобного рода применимы и к образовательной миграции, так как там действуют те же механизмы.

Вообще, вопрос ассимиляции образовательных мигрантов в принимающее сообщество достаточно сложен и противоречив. Так, согласно исследованию М. Виндзио и Э. Бикра, взаимосвязи в социальных сетях и сегрегация в этнических сетях в раннем периоде жизни могут оказать большое влияние на иммигранта [12]. Большое значение имеют понятия о цене успеха (ученые выделяют высоко и низко оцениваемые уровни успеха в иной для мигранта социальной среде [12. Р. 124–125, 137]) и вера в возможность достижения намеченной цели, которые перекликаются с этническими сегрегациями. Однако в то же время этнические границы формируют степень социальных взаимосвязей и противопоставляются им. Если же мигрант все-таки ассимилируется в сообщество, то это автоматически означает нарушение границ собственной идентичности и некоторое насилие над собственной личностью. Именно поэтому подавляющая часть образовательных мигрантов во время

учебы образуют собственные закрытые сообщества и не особо стремятся влиться в общую студенческую среду, несмотря на все предоставляемые им для этого условия.

В своей работе М. Виндзио и Э. Бикра анализируют школьные социальные сети, устанавливая этнические границы и формируя ценностную шкалу степеней взаимодействия между учениками: первый этап – это просто дружеские отношения, затем проведение времени вместе после школы, визиты домой (обычно к ребенку из принимающего сообщества) и, наконец, близкое знакомство с родителями. Данную шкалу с известными возрастными оговорками можно применить и к системе высшего образования: если образовательный мигрант решит все же ассимилироваться в студенческую социальную среду, он неизбежно будет проходить через данные этапы проникновения в социальную сеть применительно к ситуации: знакомство, завязывание дружеских отношений, время, проводимое вместе после учебы, возможные романтические отношения.

Феномен социальных сетей можно также применить к теории полей П. Бурдьё. Так как любое поле корригируется «через определение ставок [игры] и специфических интересов, несводимых к ставкам и интересам, свойственным другим полям» [13], то предполагается, что социальные сети участников полей также различны. Для успешного взаимодействия со структурой чужого поля необходимо не только принять его законы и формы функционирования, но и проникнуть в структуру социальной сети действующих в ней агентов. Только тогда приобретаемый в этих действиях капитал обретет ценностную форму и позволит агенту накопить необходимые для него ресурсы и повысить собственный статус (т.е. в нашем случае занять новое, более привилегированное место в первичной социальной сети и обрести устойчивое положение в новой университетской структуре). Подтверждением данного высказывания может служить модель студенческой интеграции, когда абитуриент постепенно вливается в университетскую среду, приобретая новое социальное положение, статус и формируя вокруг себя новую систему взаимоотношений. Однако проблемой в данном случае могут стать, например, социально-культурные и языковые характеристики образовательного мигранта, когда его социальная сеть отличается от студенческой социальной сети не только на ценностном, но и на понятийном уровне.

Кроме того, вся система существования полей может определяться характеристиками социальных сетей агентов этих полей. Во-первых, с точки зрения П. Бурдьё, участники поля объединены друг с другом «общим набором фундаментальных интересов, а именно тех, что связаны с существованием самого поля» [13], что является одной из ключевых характеристик социальной сети (например, основным интересом социальной студенческой сети является стремление получить высшее образование). Во-вторых, все процессы, происходящие в поле: социальные конфликты, различные аспекты участия-неучастия в определенных действиях, направленных на воспроизводство поля (например, участие студента в научных конференциях или поддержание студенческих традиций), механизмы достижения статуса, положения, получения ценностной оценки определяются положением агента в собственной социальной сети, с одной стороны, и механизмами действия социальной сети

самого поля, с другой. Если обращаться к образовательной миграции, то это можно проиллюстрировать на примере вхождения мигранта в социальную среду университета. То место, которое он там займет, будет определяться несколькими факторами: положением в социальной сети соотечественников, стремлением занять хорошее место в студенческой среде в целом, а также собственным набором характеристик мигранта – объемом полученных и получаемых знаний, степенью коммуникабельности, знанием языка обучения и т.п., которые, в свою очередь, также неизбежно определяются социальной сетью, в которой мигрант существовал до поступления в университет.

Можно также вспомнить саму систему преподавания в университете, как о ней говорил П. Бурдые. Как известно, с его точки зрения, эта система представляет собой набор социальных оппозиций, которые в своем взаимодействии все больше закрепляют иерархический характер образования и классовую систему. При этом принципы этого закрепления обычно имплицитны и находятся вне рамок обсуждения участников социальной сети [14]. В таком случае, если возможны и негласно одобряются университетским сообществом иерархическая структура факультетов, различные социальные границы между преподавателями и студентами, а также просто между студентами, гендерное разделение, то деление по национальному или территориальному признакам также имеет место быть. При этом образовательный мигрант изначально ставится на более низкие позиции по отношению к коренному жителю (студенту), что способствует возникновению различных механизмов эксклюзии, девиации и подобных, даже несмотря на некоторые привилегии, которые могут предоставить образовательному мигранту при поступлении в университет (например, в некоторых случаях у иностранного студента есть персональный куратор). Различие в данном случае происходит не по внешним признакам, но на психологическом уровне: «Этот студент – иногородний, а значит – не наш».

Социальные структуры университета и различные степени взаимосвязей между группами ученых и студентов изучал не только П. Бурдые. Так, еще до появления его теории полей Ноа Э. Фридкин в своей работе «Социальная структура университета и социальные сети между учеными» (1978) [15] подробно рассматривал морфологию социальных сетей в высшем образовании, утверждая, что набор паттернов в этих сетях может быть различным для разных аспектов знаний. Существование этих паттернов формирует и укрепляет моральный консенсус между учеными и способность их к коллективным действиям на благо науки [15. Р. 1445]. Определение морального консенсуса вполне применимо к реалиям нашего времени и для изучения образовательной миграции, особенно в условиях достижения морального равновесия между мигрантами и принимающим сообществом в единой социальной сети. Это можно проиллюстрировать, например, обратившись к международной научной студенческой деятельности, когда опыт и знания другой страны используются крайне редко в силу незнания языка.

Н. Фридкин также выделял три характеристики университетской сети: плотность, компактность и когезию (связность элементов между собой) [15. Р. 1447], причем плотность выносил на первое место, объясняя это возможными научными успехами ученой среды в целом (т.е. от того, как ученые

взаимодействуют друг с другом в собственной социальной сети, зависят их научные достижения). Также университетская социальная структура может способствовать когезионным возможностям мультидисциплинарных исследований и одновременно формировать университетскую элиту. У образовательных мигрантов в данном случае шанс попасть в эту элиту достаточно невысок и может достигаться только через выдающиеся интеллектуальные способности или через наличие большого количества ценных личных взаимосвязей в социальной сети.

При этом, исходя из исследований Н. Фридкина, информация в университетских социальных сетях лучше всего транслируется и передается, когда только пара человек из сети контактирует с какими-либо небольшими группами, частями другой сети или какими-либо ресурсными объектами. Возможно предположить, что для достижения максимального уровня успеха в своей деятельности образовательные мигранты должны использовать не столько свой собственный потенциал, но опираться на мнение и информацию, транслируемую уважаемыми членами их социальной сети. В свою очередь, предполагается, что лидеры социальной сети должны тщательно отбирать и фильтровать получаемые ими извне сведения, транслируя своим коллегам самое необходимое.

Для более пристального изучения моделей интеграции образовательного мигранта в университетскую среду можно обратиться также к работе Л. Томаса и А. Скотта, использующих социальный сетевой подход для изучения степени интеграции студентов-первокурсников в социальную студенческую сеть и достижения ими уверенности в собственных силах [16]. В результате исследования, проведенного учеными, выяснилось, что социальный статус играет в социальной студенческой среде значимую роль. Также значима роль лидера сети, так как концепция лидерства лежит в основе социальной студенческой структуры; именно лидер провоцирует степень интегрированности других членов сети в группу. При этом способность адекватно оценивать собственную степень интеграции в группу способствует достижению более уверенного контроля над связями в группе и субгруппами, в которых вращается студент. Подобные социальные структуры затем интегрируются в обычную эмпирическую модель взаимоотношений. Все это оказывает ключевое влияние на упорство, настойчивость студента в достижении поставленных целей.

Обращаясь к целям данной работы, можно предположить, что позиции образовательных мигрантов в социальной студенческой среде будут более низкими, чем у «домашних» студентов. Этому способствует множество факторов: этническая сегрегация, низкий уровень знания языка, культурные особенности личности образовательного мигранта и т.п. Позиция лидера общей социальной сети для него практически недоступна по этим же причинам; исключение составляет изначально поликультурная социальная сеть, где собраны студенты из разных стран в примерно равном количестве (такое возможно при различных образовательных курсах или международных стажировках), – тогда достижение позиций лидера будет зависеть в большей степени от личных качеств, ведь у данной социальной сети не будет национальных корней. При этом достижение приемлемого для образовательного мигранта социаль-

ного статуса в социальной среде естественно повлияет на его возможности и способы достижения поставленных целей.

Далее Л. Томас и А. Скотт обращались к изучению феномена собственно академической интеграции студента [16. Р. 600]. По их мнению, она измеряется следующими индикаторами: 1) степенью увеличения удовлетворения студента от собственных академических успехов и 2) степенью того, как эти успехи соотносятся с его идеалами об учебе. Обращаясь к образовательной миграции, можно констатировать, что в нашей стране, судя по результатам многочисленных социологических исследований¹, степень удовлетворенности студентов-мигрантов успехами в учебе невысока². Это связано с несколькими аспектами:

- недостаточным знанием языка – отсюда проблемы с получением и трансляцией знаний;

- недостаточной мотивацией самого студента на получение знаний – многие образовательные мигранты приезжают учиться по различным программам обмена и изначально мотивированы на успех, однако мотивация пропадает после столкновения с социальной университетской средой;

- недостаточной интеграцией в социальные студенческие сети – замкнутость сообществ образовательных мигрантов на самих себе провоцирует недостаток знаний по изучаемым предметам, однако восполнить их неоткуда, так как участники сети практически не контактируют с другими студентами;

- недостатком внимания преподавателей к образовательным мигрантам – стремлением преподавателей отчитать курс, не задумываясь о полученных результатах;

- недостаточной материально-технической оснащенностью университетов.

При этом выводы, сделанные Л. Томасом и А. Скоттом, универсальны для любой социальной студенческой сети [16. Р. 608]: так, академическая интеграция прямо влияет на социальные намерения студента, связанные с социальной интеграцией, и одновременно повышает чувство уверенности в себе. Положение студента в социальной структуре имеет важнейшее влияние на его витальные и социальные потребности, а также уверенность в себе и успехах в учебе. Таким образом, образовательный мигрант в случае неуспешной академической интеграции автоматически чувствует себя неуверенным в основных аспектах своего социального существования в данной социальной сети.

Однако следует учитывать, что академическая интеграция не всегда оказывается ключевым фактором достижения поставленной цели и успешной социализации. Например, П.А. Ногурэс, при изучении азиатских студентов в США и их успехов по сравнению с американскими и латиноамериканскими студентами утверждает, что азиатские студенты-мигранты (особенно китай-

¹ Например, исследования, связанные с адаптацией мигрантов, А.Г. Ларина, С.В. Дементьевой и Е.В. Гинятовой, Е.Ю. Кошелевой, посвященные лингвистическому аспекту работы З.Ф. Назырова, Н.И. Ушаковой, О.Н. Тростинской и Е.В. Копыловой, исследования социологического портрета образовательного мигранта Е.Ю. Новиковой, Е.Ю. Кошелевой и Е.И. Самофаловой.

² Данное утверждение относится к тем группам образовательных мигрантов, для которых русский язык не является родным или хотя бы разговорным. Проблема незнания языка в данном случае – ключевая.

цы) более способны к достижению целей и более нацелены на результат, нежели домашние «расслабленные» студенты [17]. Объяснить, почему студенты-мигранты одновременно более успешны в достижении целей и одновременно хуже академически, по его словам, пока невозможно. Также необъяснимо, как социальная идентичность и академические достижения взаимосвязаны с интеракцией с другими этническими меньшинствами и их социальными сетями.

Впрочем, образовательные мигранты при желании могут добиваться как социальных, так и академических успехов одновременно. Так, как показывают результаты различных исследований¹, студенты, позиции которых изначально были неравны с остальными членами социальной сети (а образовательные мигранты относятся к таковым), обнаруживают тенденцию к достижению маленьких, но ключевых для них преимуществ, которые впоследствии ведут к большим социальным изменениям в группах; они также стремятся перейти от взаимодействия в маленьких «внутренних» социальных сетях к большим, внешним. По словам П. ДиМаджио и Ф. Гарипа [18. Р. 94], это обусловлено следующими факторами:

- ценностью ресурсов внешней социальной сети – данный тип ресурсов обладает большим социальным весом и значимостью;

- самим поведением студента (например, стремлением получить степень в колледже), а также транзакциями, которые он совершает (сюда относятся образовательные миграции), и специальными практиками (использованием различных эффективных технологий для перемещения, включая интернет-сети);

- возможностями для успешной социальной адаптации, которые одновременно являются и самостоятельной функцией индивида и попыткой проникнуть в социальную сеть, повторить за друзьями, которые уже освоили данную практику. Передача практики может происходить как между двумя акторами, так и между актором и социальной сетью в целом; при этом необходимо, чтобы сами акторы были свободны и готовы к механизму воспроизводства-передачи информации, а также наличием однородной социальной сети.

Таким образом, для образовательного мигранта успешным можно считать перемещение из узкой социальной сети соотечественников в широкую студенческую социальную сеть, если он действительно обладает знаниями, возможностями и способностями для успешного функционирования в ней, правильно и адекватно себя позиционирует и уже имеет в этой сети друзей или знакомых, могущих помочь ему занять соответствующее место в сети.

П. ДиМаджио и Ф. Гарипа также вводят в научный тезаурус эффект хомотофии [18. Р. 97–98], т.е. способности индивида формировать социальные сети именно с теми людьми, которые подходят ему по экономическим и культурным показателям. В данном случае социальные сети «домашних» студентов и образовательных мигрантов различаются уже на начальном этапе, поэтому мигрантам сложно попасть в общую студенческую сеть – для этого необходимо постижение культурных практик принимающей стороны, которые являются ключевыми для осознания и принятия новых социальных

¹ Например, исследования Л. Томаса и А. Скотта, П. ДиМаджио и Ф.Гаррипа, Н.И.Ушаковой и И.Н. Шульги и др.

практик. В этом им во многом помогает сама университетская среда, обладающая эффектом хомогамии [18. Р. 97] – способностью формировать образовательно-однородные социальные сети. Тем не менее возникает вопрос о цене приобретаемой практики (затрате материальных и временных ресурсов) и сетевого эффекта, который в конечном счете мигрант может получить.

Сетевой эффект, по мнению П. ДиМаджио и Ф. Гарипы, обладает тремя главными особенностями [18. Р. 97]: наличием локальных социальных сетей, откуда черпаются необходимые практики, возможностью к социальному обучению членов сети, а также нормативным влиянием. Учитываются также возможные риски, социальные санкции за невыполнение поставленных задач или несоблюдение норм. Это означает, что образовательный мигрант для достижения какой-либо практики (например, стать полноправным членом группы сокурсников) должен будет получать помощь из нескольких источников: других членов группы, различных социальных сетей меньшего размера, чем сеть сокурсников (дружеские сети, возможно, преподавательские сети), и различных поведенческих норм или стандартов, которые необходимы для членства в группе (групповых традиций, различных нормативных действий членов группы и т.д.).

И, наконец, обратимся к рассмотрению социальных сетей как особого вида сетевой деятельности и участия в них образовательных мигрантов. Данный аспект довольно широко обсуждается как западными, так и отечественными учеными. Среди исследований можно выделить несколько групп:

- исследования о различных механизмах воздействия интернет-сетей на поведение индивида;
- исследование интернет-сетей как механизмов социальной адаптации и различных форм коммуникации;
- практическое использование интернет-сетей в высшем образовании как одного из инструментов для обучения.

Для целей нашей работы интересно исследование С. Валензуэлы, Н. Парка и К.Ф. Ки о соотношении социального капитала и социальных интернет-сетей (на примере сети Facebook) [10]. Изучая степень участия студентов в социальных сетях, ученые приходят к выводу о том, что социальный капитал – это многомерный конструкт, базирующийся в наше время именно на интернет-сетях и эффектах от них и включающий в себя уровень удовлетворенностью жизнью в целом, а также уровень гражданской и политической активности, и степень социального доверия индивидов друг к другу. В зависимости от того, сколько времени индивид проводит в социальных сетях и какими сайтами пользуется, уровень его социального капитала и степень участия в реальных социальных сетях возрастает или понижается (например, если не используется прямой контакт лицом-к-лицу, то уровень социального капитала у индивида обычно снижен) [10. Р. 878]. Таким образом, по отношению к образовательным мигрантам интернет-сети могут сыграть двоякую роль: с одной стороны, участие в них иностранного студента значительно повысит его социальный капитал и включенность в студенческие социальные сети (особенно если посещаемые сайты будут на языке принимающей стороны), с другой стороны, может, наоборот, увеличить социально-культурный разрыв между ним и остальными студентами.

Таким образом, исходя из всех вышеперечисленных аспектов приложения социальных сетей к образовательной миграции, можно сделать несколько выводов:

- образовательный мигрант неизбежно включается в различные типы социальных сетей: общеуниверситетскую, студенческую, групповую и различные дружеские сети;
- степень взаимодействия этих сетей между собой зависит как от объективных, так и от субъективных причин; уровень социального капитала в них также различен;
- для успешной интеграции в социальную среду образовательный мигрант обязан приобрести необходимый социальный, культурный и символический капитал, а также перенять необходимые практики;
- социальная и академическая интеграция образовательного мигранта относятся между собой, однако уровень академической интеграции – это далеко не всегда ключевой фактор для образования мигранта;
- включенность образовательного мигранта в интернет-сети также может влиять на уровень его социального капитала.

Литература

1. *Исаев Б.А.* Социология: краткий курс: [Электронный ресурс]. – URL: http://www.k2x2.info/obshestvoznanie/sociologija_kratkii_kurs/index.php (дата обращения: 07.02.2014).
2. *Putham R.* Bowling alone: America's declining social capital // *Journal of democracy* 1995, № 6 (1). P. 65–78.
3. *Giulia La Matina.* Conflict migration and social networks: empirical evidence from Sri Lanka // *Rivista di Pilitica Economica*, November–Dicember 2008. P. 161–193: [Электронный ресурс]. – URL: http://www.rivistapoliticaeconomica.it/2008/nov-dic/pdf/Lamattina_en.pdf (дата обращения: 07.02.2014).
4. *Puwar N.* The radicalized somatic norm and the senior civil service // *Sociology*. 23 (3). 2001. P. 651–700.
5. *Грановеттер М.* Сила слабых связей: пер. с англ. З.В. Котельникова // *Экономическая социология*. 2009. Т. 10, № 4. С. 31–51.
6. *Давыденко В.А., Ромашкина В.А., Чуканов В.С.* Моделирование социальных сетей // *Вестник Тюменского государственного университета*. 2005. № 1. С. 68–79.
7. *Артимович Д.А., Пузиков В.Г.* Социальная сеть как новая форма организации социального пространства // *Вестник Сибирского института бизнеса и социальных технологий*. 2012. № 1. С. 70–73.
8. *Сивуха С.В.* Социологическое пространство Пьера Бурдьё. Социальный капитал: [Электронный ресурс]. – URL: <http://bourdieu.name/content/social-capital> (дата обращения 07.02.2014).
9. *Градосельская Г.В.* Сетевые измерения в социологии: учеб. пособие / под ред. Г.С. Батыгина. М.: Издательский дом «Новый учебник», 2004. 248 с.: [Электронный ресурс]. – URL: http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/gradoselskaja_setevie/02.aspx (дата обращения 07.02.2014).
10. *Valenzuela S., Park N., Kee K.F.* Is there Social capital in a Social Network site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust and participation // *Journal of Computer-Mediated Communication* 14 (2009), P. 875–901: [Электронный ресурс]. – URL: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x/pdf> (дата обращения 07.02.2014).
11. *Cederberg M.* Migrant networks and beyond: Exploring the value of the notion of social capital for making sense of ethnic inequalities // *Acta Sociologica*. 2012. Vol. 55, № 1. P. 59–72: [Электронный ресурс]. – URL: <http://asj.sagepub.com/content/55/1/59> (дата обращения 07.02.2014).

12. *Windzio M., Bicz E.* Are we just friends? Immigrant integration into high- and low-cost // *Rationality and Society*. 2013, № 25 (2). P. 123–145: [Электронный ресурс]. – URL: <http://rss.sagepub.com/content/25/2/123.full.pdf+html> (дата обращения 07.02.2014).
13. *Бурдые П.* Некоторые свойства полей: [Электронный ресурс]. – URL: <http://bourdieu.name/content/nekotorye-svoystva-polej> (дата обращения: 07.02.2014).
14. *Бурдые П.* Университетская доска и творчество против схоластических делений: [Электронный ресурс]. – URL: <http://bourdieu.name/content/burde-universitetskaja-doksa-i-tvorchestvo-protiv-sholasticheskikh-delenij> (дата обращения: 07.02.2014).
15. *Friedkin Noah E.* University social structure and social networks among scientists // *American Journal of Sociology*. Vol. 83, № 6 (May 1978). P. 1444–1465.
16. *Scott L., Tomas A.* Social network approach to understanding students integration and persistence / *The Journal of Higher Education*. Vol. 71, № 5 (Sept.- Oct. 2000). P. 591–615.
17. *Noguers Pedro A.* Social Capital and the Education of Immigrant Students: Categories and Generalizations // *Sociology of Education*. Vol. 77, № 2 (Apr., 2004). P. 180–183: [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.jstor.org/page/info/about/policies/terms.jsp> (дата обращения: 07.02.2014).
18. *DiMaggio P., Garip F.* Network effects and Social Inequality // *Annu. Rev. Sociol.* 2012. 38. P. 93–118: [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.soc.012809.102545> (дата обращения: 07.02.2014).

Samofalova Elena I. Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation)

SOCIAL NETWORKS AS A TOOL FOR STUDYING THE HIGHER EDUCATION STRUCTURE AND EDUCATIONAL MIGRATION: A SOCIOLOGICAL ANALYSIS OF THE PHENOMENON

Key words: social networks, social capital, educational migration

The paper is devoted to the study of social networks in terms of the various sociological researches according to the phenomenon of educational migration in the system of higher education. The author concludes that for the purposes of the paper the most suitable theory is the theory of social capital of P. Bourdieu. Based on the results of sociological researches we can also conclude that educational migrant is inevitably included in the different types of social networks (university, student, group etc.), but the degree of interaction between them depends on both the objective and subjective reasons; the degree of social capital is also different. Educational migrant is obliged to acquire social, cultural and symbolic capital for successful integration into the social sphere of the university, and adopt necessary social practices for successful socialization. Academic and social integration of educational migrant are related to each other, but the level of academic integration is not the key factor for the migrant's education. Internet networks also have a significant impact on the process of integration of educational migrant.

References

1. *Isaev B.A.* Sociologiya^ kratkij kurs: [Elektronnyj resurs]. – URL: http://www.k2x2.info/obshestvoznaniye/sociologija_kratkij_kurs/index.php (data obrascheniya: 07.02.2014).
2. *Putham R.* Bowling alone: America's declining social capital // *Journal of democracy* 1995, № 6 (1). P. 65–78.
3. *Giulia La Matina.* Conflict migration and social networks: empirical evidence from Sri Lanka // *Rivista di Pilitica Economica*, November-Dicember 2008. P. 161–193: [Elektronnyj resurs]. – URL: http://www.rivistapoliticaeconomica.it/2008/nov-dic/pdf/Lamattina_en.pdf (data obrascheniya: 07.02.2014).
4. *Puwar N.* The radicalized somatic norm and the senior civil service // *Sociology*. 23 (3). 2001. R. 651–700.
5. *Granovetter M.* Sila slabyh svyazey: per. s angl. Z.V. Kotelnikova // `Ekonomicheskaya sociologiya. 2009. T. 10, № 4. S. 31–51.
6. *Davydenko V.A., Romashkina V.A., Chukanov V.S.* Modelirovanie social'nyh setej // *Vestnik Tyumenskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2005. № 1. S. 68–79.
7. *Artimovich D.A., Puzikov V.G.* Social'naya set' kak novaya forma organizacii social'nogo prostranstva // *Vestnik Sibirskogo instituta biznesa i social'nyh tehnologij*. 2012. № 1. S. 70–73.

8. *Sivuha S.V.* Sociologicheskoe prostranstvo P'era Burd'e. Social'nyj kapital: [Elektronnyj resurs]. – URL: <<http://bourdieu.name/content/social-capital>> (data obrascheniya 07.02.2014).
9. *Gradosel'skaya G.V.* Setevye izmereniya v sociologii: ucheb. posobie / pod red. G.S. Batygina. M.: Izdatel'skij dom «Novyj uchebnyk», 2004. 248 s.: [Elektronnyj resurs]. – URL: <http://siblio.com/BIBLIO/archive/gradoselskaja_setevie/02.aspx> (data obrascheniya 07.02.2014).
10. *Valenzuela S., Park N., Kee K.F.* Is there Social capital in a Social Network site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust and participation // Journal of Computer-Mediated Communication 14 (2009), P. 875-901: [Elektronnyj resurs]. – URL: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x/pdf>> (data obrascheniya 07.02.2014).
11. *Cederberg M.* Migrant networks and beyond: Exploring the value of the notion of social capital for making sense of ethnic inequalities // Acta Sociologica. 2012. Vol. 55, № 1. P. 59–72: [Elektronnyj resurs]. – URL: <<http://asj.sagepub.com/content/55/1/59>> (data obrascheniya 07.02.2014).
12. *Windzio M., Bicz E.* Are we just friends? Immigrant integration into high- and low-cost // Rationality and Society. 2013, № 25 (2). R. 123-145: [Elektronnyj resurs]. – URL: <<http://rss.sagepub.com/content/25/2/123.full.pdf+html>> (data obrascheniya 07.02.2014).
13. *Burd'e P.* Nekotorye svoystva polej: [Elektronnyj resurs]. – URL: <<http://bourdieu.name/content/nekotorye-svoystva-polej>> (data obrascheniya: 07.02.2014).
14. *Burd'e P.* Universitetskaya doska i tvorchestvo protiv sholasticheskikh delenij: [Elektronnyj resurs]. – URL: <http://bourdieu.name/content/burde-universitetskaja-doksa-i-tvorchestvo-protiv-sholasticheskikh-delenij> (data obrascheniya: 07.02.2014).
15. *Friedkin Noah E.* University social structure and social networks among scientists // American Journal of Sociology. Vol. 83, № 6 (May 1978). P. 1444–1465.
16. *Scott L., Tomas A.* Social network approach to understanding students integration and persistence / The Journal of Higher Education. Vol. 71, № 5 (Sept.- Oct. 2000). R. 591–615.
17. *Noguers Pedro A.* Social Capital and the Education of Immigrant Students: Categories and Generalizations // Sociology of Education. Vol. 77, № 2 (Apr., 2004). R. 180–183: [Elektronnyj resurs]. – URL: <http://www.jstor.org/page/info/about/policies/terms.jsp> (data obrascheniya: 07.02.2014).
18. *DiMaggio P., Garip F.* Network effects and Social Inequality // Annu. Rev. Sociol. 2012. 38. P. 93–118: [Elektronnyj resurs]. – URL: <<http://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.soc.012809.102545>> (data obrascheniya: 07.02.2014).

УДК 35.075.1

Е.В.Фатнева

ПРЕДСТАВИТЕЛЬНЫЕ ОРГАНЫ СЕЛЬСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ: ИНСТИТУТ ИЛИ ИНСТИТУЦИЯ?

Исследуется вопрос присвоения статуса «института» или «институции» современным представительным органам сельских поселений. Последовательно рассматриваются понятия и признаки «института» и «институции». Методом сравнительного анализа предпринимается попытка сопоставить актуальные предположения и взгляды исследователей представительных органов сельских поселений с выявленными признаками изучаемых понятий для определения категориального статуса представительных органов сельских поселений.

Ключевые слова: представительные органы, сельские поселения, институт, институция.

В современном мире категория «институт» используется практически во всех сферах науки: экономике, юриспруденции, психологии, социологии и ряде других научных дисциплин. Очевидно, что в рамках каждого направления существуют собственные идентификации данного понятия, каждая из которых в той или иной степени либо дополняет, либо исключает друг друга. Однако столь распространенная особенно в Российском научном сообществе, тенденция присваивать статус «института» многим общественным явлениям и процессам, в конечном счете, приводит к «размыванию» понятия и потере конкретного смыслового контекста. Вместе с тем прямо противоположный процесс мы можем наблюдать в отношении такой категории, как «институция», которая стремительно уходит из активного научного употребления. Игнорируя данное понятие, многие исследователи не дифференцируют его от «института», что, в свою очередь, оставляет след на смысловой нагрузке научного сообщения. На наш взгляд, понимание сути этих двух категорий позволяет сделать вывод о том или ином этапе общественного развития явления или процесса.

Институт. Определение, признаки

Многообразие подходов к определению понятия «институт» объясняется его этимологией. Так, перевод с латинского языка «*institutum*» насчитывает более 17 значений. Среди самых распространенных – «обыкновение», «установление», «учреждение», «обычай», «устройство», «образ действия». Эти значения легли в основу наиболее цитируемых подходов к определению понятия.

Так, в рамках традиционной правовой школы под институтом в общем смысле понимают организационные или общественные сущности, закреп-

ленные законом. Законы, или совокупности кодифицированных норм и правил, регулируют однородные общественные отношения.

Последователи функционального подхода (представители – Г. Спенсер [2], Э. Дюркгейм [3], М. Мосс [4] и др.) идентифицируют понятие «институт», основываясь на органистических принципах.

Представители структурного функционализма (Т. Парсонс [5. С. 15], Р. Мертон [6], Н. Смелзер [7. С. 79–81] и др.), несмотря на различие взглядов и взаимную критику, сходятся в едином мнении, рассматривая институт как группу ролей и статусов, рассчитанную на удовлетворение определенных социальных потребностей.

С феноменологической позиции (П. Бергер, Т. Лукманн [8]) институционализация наблюдается везде, где осуществляется взаимная «типизация оперивыченных действий деятелями разного рода» [8. С. 92]).

С точки зрения организационного подхода (наиболее ярким представителем которого считается М. Вебер [9]) институт есть организация с формальными, рационально установленными правилами.

В контексте неоинституциональной теории (Д. Норт [10]) институты определяются как «правила игры в обществе, или... созданные человеком ограничительные рамки, которые организуют взаимоотношения между людьми» [10. С. 17].

Мы не ставим перед собой задачу подвергнуть критике или, напротив, выделить тот или иной подход к определению категории «институт», равно как и сформулировать собственную оригинальную дефиницию. Наша цель заключается в том, чтобы определить набор общепринятых признаков «института» для последующего аналитического использования. В этой связи предлагаем взять за основу определение «институт» Д.П. Гавра, который считает, что институт есть «комплекс, охватывающий, с одной стороны, совокупность нормативно-ценностно обусловленных ролей и статусов, предназначенных для удовлетворения определенных социальных потребностей, а с другой стороны, социальное образование, созданное для использования ресурсов общества в форме интеракции для удовлетворения этой потребности» [11. С. 14–18].

В литературе встречается достаточно большое количество признаков категории «институт». Безусловно, для каждого института существуют специфические признаки. Однако для нас больший интерес представляют классификации с обобщенными чертами. К числу таких можно отнести подход современных американских социологов П.Л. Бергера и Б. Бергер [12]. Согласно их точке зрения, основными признаками института являются:

- *Экстернальность.* Институт – есть сущность, направленная на внешнюю реальность, нечто, отличное от реальности мыслей, чувств и фантазий индивида.

- *Объективность.* Институты воспринимаются как сущности, обладающие объективностью, которая во многом обуславливается соглашением людей внутри системы, что дает право на его существование.

- *Принудительная сила.* Институты обладают возможностью и – в идеале – правом принудительной силы; при этом они могут проявить её в различных формах и санкциях (кодексы устные или письменные).

- *Моральный авторитет.* Институт провозглашает свое право на легитимацию, в частности, способен выносить моральное порицание (кодексы поведения).

- *Историчность.* Институты обладают качеством историчности. Институты – это не просто факты, но исторические факты; они имеют историю.

Для дальнейшего осмысления предмета работы предлагаем продолжить перечень следующими признаками, ставшими традиционными в научном сообществе:

- *Наличие определенного круга субъектов,* взаимодействующих друг с другом в процессе осуществления постоянного, устойчивого набора действий;

- *Определенная организация* (формальная/неформальная);

- *Культурные символы* (любой материальный или нематериальный элемент культуры, выражающий в наиболее концентрированном виде основные специфические черты данного института, складывающиеся в его целостный образ);

- *Идеология* (включает в себя как основополагающее обоснование деятельности данного института, представление о миссии, так и комплекс принципов и правил, по которым осуществляется деятельность членами данного института).

Названные признаки не закреплены нормативно, они следуют из обобщения актуальных научных представлений о существующих институтах современного общества. Тем не менее в контексте настоящей статьи данные признаки являются удобным инструментом для последующего анализа.

Институция. Определение, признаки

Прежде чем перейдем к непосредственному рассмотрению категории «институция», отметим, что данное понятие сначала в советских, а позже и в российских источниках используется, как правило, в параллели с категорией «институт». Причем порой понятия «институт» и «институция» становятся синонимичными, а зачастую и взаимозаменяемыми с превалированием в частоте употребления категории «институт». Вместе с тем категория «институция» имеет ряд принципиально отличительных черт.

В рамках нашей работы будем пользоваться определением категории «институция», предложенным О.В. Иншаковым, который полагает, что институции – это «социальные формы типизации функций хозяйственных субъектов, определяющие их статусы и роли в системе производства общественного бытия и образующие систему отношений функциональной структуры общества». Для нас его взгляд интересен, прежде всего, тем, что автор устанавливает логическую взаимосвязь категорий «институт» и «институция». Так, институция характеризуется им «как содержательная основа института», которая «обуславливает звание, должность, социальную группу, сословие, общность интересов и взглядов... фиксирует свойства однотипных субъектов посредством закрепления социальной специфики их действий. Действие не может быть единичным в данном обществе, оно – совокупность повторяемых одним лицом либо многими лицами одновременно или истори-

чески действий и их результатов, что приводит к образованию социальных типов с соответствующими общественно признанными ролями, образами и нормами действия и поведения» [18. С. 23–37].

Что касается признаков категории «институция», то в специальной научной литературе отдельная классификация не встречается. В этой связи предлагаем выделить признаки «институции», оттолкнувшись от девяти обозначенных нами признаков категории «институт» из определения О.В. Иншакова.

Экстернальность. С точки зрения О.В. Иншакова, институция представляет собой совокупность устоявшихся в обществе ролей, статусов, где каждая форма характеризуется типичным набором действий, повторяющихся в определенных периоды. Таким образом, возникает система, в которой каждый элемент имеет точный круг задач, равно как и самостоятельно несет ответственность за выполнение тех или иных задач, что позволяет говорить о внутреннем локус-контроле (интернальность). Следовательно, в данном контексте «экстернальность» не характеризует категорию «институция», что разрешает автору не рассматривать понятие в качестве признака.

Объективность. По О.В. Иншакову, действия субъектов, которые закрепляются институцией, являются не единичными в обществе. Они присущи либо в многократном исполнении одному индивиду, либо одновременно нескольким лицам по четким заданным правилам, что, в свою очередь, приводит к существованию стандартных процессов и принадлежности их к так называемой объективной реальности, вне зависимости от воли и сознания субъектов, явлений, их отношений и свойств. Таким образом, «объективность», на наш взгляд, является одним из ключевых признаков категории «институция».

Принудительная сила. Данный признак, по мнению автора, тесно связан с уже упоминаемым выше признаком экстернальности. Учитывая тот факт, что нами уже определена скорее интернальность институции как явления, то говорить в настоящем контексте о существовании внешней принудительной силы в отношении субъектов, описываемых О.В. Иншаковым в рамках рассмотрения категории «институция», некорректно.

Моральный авторитет. О.В. Иншаков, характеризуя «институцию», ссылается на общественное признание возникающих ролей, образов, норм действия и поведения тех социальных типов, которые возникают в процессе стандартизации явлений. В данном случае общественное признание интерпретируется нами как провозглашенное право на легитимацию опривыченных и опосредованных действий. Легитимное право и есть тот ориентир, который оказывает влияние на повторяющуюся деятельность субъектов институции. В этом ключе моральный авторитет как признак институции имеет место быть.

Историчность. В определении «институции» О.В. Иншакова дважды указывается на данный признак. Впервые он характеризует понятие, употребляя словосочетание «...производство общественного бытия», что позволяет нам предположить о существовании продолжительного во времени процесса. Второй случай прямо свидетельствует о присутствии данного признака – речь идет об определении действий, «повторяемых одним лицом либо многими лицами одновременно или исторически». Соответственно, историчность в нашем случае является признаком институции.

Наличие определенного круга субъектов. В выбранном нами определении круг субъектов обозначается автором. Среди названных – хозяйственные субъекты, социальные группы, сословия, социальные типы. Все названные субъекты взаимодействуют между собой, что, в конечном счете, и приводит к закреплению типичных действий, их содержания.

Определенная организация. По мнению О.В. Иншакова, деятельность хозяйственных субъектов приводит к образованию «системы отношений функциональной структуры общества». Учитывая то, что система в самом широком и распространенном смысле – это множество элементов, взаимодействующих между собой по определенным правилам и порядкам, в данном контексте наличие признака очевидно.

Что касается таких признаков, как «культурные символы» и «идеология», то в рассматриваемом определении категории «институция», которое предлагает профессор О.В. Иншаков, ни прямой, ни косвенной ссылки на них мы не обнаруживаем. В этой связи сделать однозначный вывод о наличии данных признаков весьма сложно. Однако факт отсутствия какого-либо близкого упоминания рассматриваемых направлений («культурные символы», «идеология») позволяет автору не брать их во внимание при последующем осмыслении категории «институция».

Переходя к рассмотрению представительных органов сельских поселений, отметим, что в современном российском обществе данное звено власти входит в систему местного самоуправления РФ. На 1 января 2013 г. Росстатом зафиксировано 18 722 сельских поселения РФ [14]. Число сельских поселений среди муниципальных образований значительно превышает количество городских поселений, городских округов и муниципальных районов. Тем не менее в научном сообществе более распространена проблематика, связанная с функционированием системы местного самоуправления либо в целом, либо на уровне муниципальных районов. В основном исследователи изучают органы МСУ с точки зрения конституционного права, муниципального права, рассматривая их в едином контексте, не разделяя на исполнительную и представительную ветви. Что касается деятельности представительных органов сельских поселений, то названная тема у современных авторов популярности не получила. Среди тех, кто занимался данной тематикой, отметим следующих: А.Б. Абазов [15], канд. юрид. наук, А.Е. Булаев [16], канд. юрид. наук, И.А. Алексеев [17], канд. юрид. наук, А.А. Джигарян, д-р юрид. наук [18], Э.Ю. Майкова и Е.В. Симонова [19. С. 41], Ю.О. Богер, канд. пед. наук [20]. Прежде чем перейти к рассмотрению авторских позиций, отметим следующее:

1. Указанные авторы основное внимание в своих трудах уделяют муниципальным образованиям на уровне города, реже района и лишь частично касаются сельских поселений. Учитывая тот факт, что этот первичный уровень организации власти в РФ (сельские органы местного самоуправления) как таковой в научном сообществе не изучен, для нас представляют ценность и те труды, в которых содержится хотя бы упоминание о советах сельских поселений.

2. Авторы, характеризуя представительные органы муниципальных образований, однозначно называют их институтом. Вместе с тем в рамках настоящей статьи позиции названных исследователей будут рассмотрены сквозь призму выделяемых нами признаков категорий «институт» и «институция».

Прежде всего, необходимо сказать, что при изучении представительных органов муниципальных образований указанные нами авторы обращают внимание на такие признаки, как «объективность», «наличие определенного круга субъектов», «историчность», «моральный авторитет», «определенная организация». Так, в частности, размышляя об «объективности», все авторы сходятся во мнении, что в основе становления представительного органа – избирательный процесс, в ходе которого те или иные кандидаты получают свой статус. В свою очередь, избирательный процесс осуществляется в соответствии с определенными нормами и правилами, закрепленными на законодательном уровне. Продолжая данную тему, А.А. Джигарян, Э.Ю. Майкова и Е.В. Симонова размышляют о степени вовлеченности граждан в избирательный процесс. Мнения авторов диаметрально противоположны: А.А. Джигарян в своей статье [18] ссылается на то, что в процесс избрания депутатов вовлечен широкий круг граждан, в то время как Э.Ю. Майкова и Е.В. Симонова [19] отмечают факт снижения кредита доверия населения данным органам местного самоуправления. Единственный, кто не уделяет данному признаку достаточного внимания, – это И.А. Алексеев.

Схожи мнения исследователей и при рассмотрении «определенной организации» представительных органов. Так, практически все из названных нами авторов выделяют в структуре представительных органов такие звенья, как депутаты, избиратели, комитеты, комиссии, рабочие группы. А.Б. Абазов этот перечень дополняет «территориальными группами» и «политическими фракциями в составе органа».

Практически все (кроме А.Е. Булаева) в своих работе затрагивают «историчность», причем периодичность становления и развития представительных органов местного самоуправления индивидуальна: А.Б. Абазов указывает на специфику развития представительных органов муниципальных образований с учетом традиций определенной местности; И.А. Алексеев отмечает цикличность в развитии органов от единых корней; А.А. Джигарян развивает мысль о сменяемости и преемственности представительных органов; Ю.О. Богер ограничивается периодом становления современной муниципальной реформы.

Относительно близки подходы авторов к выявлению «определенного круга субъектов». В качестве субъектов выделяют сам представительный орган, отдельно депутата как субъект и население (избиратели). А.Е. Булаев и Ю.О. Богер расширяют круг субъектов, включая в цепочку взаимоотношений государственные органы власти.

Интересны позиции исследователей в размышлениях о «моральном авторитете» представительных органов муниципальных образований. Так, А.Е. Булаев и Ю.О. Богер видят в депутатах представительных органов муниципальных образований лицо, представляющее общество, выражающее его интересы и волю. А.А. Джигарян определяет депутатов данного уровня как «властно-правовой регулятор». А.Б. Абазов разделяет точку зрения последнего. Обращает на себя внимание позиция Э.Ю. Маковой и Е.В. Симоновой, согласно которой «моральный авторитет» представительных органов муниципальных образований вызывает сомнение. В частности, они считают, что

«интерес граждан к деятельности институтов местного самоуправления выражен слабо», слабой является и их позиция в обществе.

О таком признаке, как «принудительная сила», авторы рассуждают следующим образом: А.Е. Булаев, Э.Ю. Майкова, Е.В. Смонова, Ю.О. Богер считают, что право принуждения срабатывает в сторону представительных органов муниципальных образований в виде необходимости отчета перед государственными органами, избыточного контроля за их деятельностью.

На оставшихся выделяемых нами признаках «экстернальность», «культурные символы», «идеология» никто из указанных современных исследователей ни прямо, ни косвенно не останавливается.

Таким образом, изначально рассматривая представительные органы муниципальных образований с точки зрения института, представители научного сообщества, упомянутые в рамках настоящей статьи, в своих работах пишут о признаках, более характерных, на наш взгляд, для категории «институция». Данный вывод, безусловно, не ставит под сомнение существующие теории. Более того, ни в коей мере не оспаривает легальность представительных органов муниципальных образований, учитывая, что признаки, рассматриваемые исследователями, подтверждают абсолютную законность существования органов с правовой позиции.

Однако необходимо понимать, что присвоение статуса «института» или «институции» в контексте представительных органов сельских поселений будет свидетельствовать, по мнению автора статьи, об определенном этапе развития данных органов, степени признания их обществом, а также их роли как в обществе в целом, так и в жизни его отдельных членов.

Руководствуясь базовым в рамках настоящей статьи определением категории «институт», для того, чтобы однозначно рассматривать представительные органы муниципальных образований, более того на уровне сельских поселений, с точки зрения института, необходимо говорить не только о легальности, но и о легитимности органов. Оставшиеся без внимания современных исследователей признаки (экстернальность, принудительная сила, культурные символы, идеология) свидетельствуют и об уровне легитимности изучаемого явления. Эти признаки сложно выявить, опираясь только на действующую нормативно-правовую базу, юридические нормы и каноны, поскольку они носят дискурсивный характер.

Гипотетически автор предполагает, что названные признаки связаны с коммуникативной деятельностью представительных органов сельских поселений. В свою очередь, уровень легитимности представительных органов во многом будет зависеть от организации и осуществления их коммуникативной деятельности в условиях реализации полномочий в системе местного самоуправления. С этой целью автор планирует продолжить исследования с использованием социологических методов и инструментов, которые позволят сделать комплексные выводы о восприятии представительных органов сельских поселений различными целевыми группами, а значит оценить степень легитимности и, как результат, форму институциональности.

Литература

1. *Конт О.* Общий обзор позитивизма: пер. с фр. / под ред. Э.Л. Радлова. Изд. 3-е. М.: ЛИБРОКОМ, 2012. 296 с.
2. *Спенсер Г.* Основания социологии. СПб., 1877. 652 с.
3. *Дюркгейм Э.* Социология. Ее предмет, метод и назначение. М.: Канон, 1995. 352 с.
4. *Мосс М.* Общества. Обмен. Личность. Труды по социальной антропологии / сост., пер. с фр., предисловие, вступит, статья, комментарии А. Б. Гофмана. М.: КДУ, 2011. 416 с.
5. *Парсонс Т.* Система современных обществ: пер. с англ. М.: Аспект Пресс, 1998. 270 с.
6. *Мертон Р.К.* Социальная теория и социальная структура. М.: Хранитель, 2006. 873 с.
7. *Смелзер Н.* Социология: пер. с англ. М.: Феникс, 1994. 687 с.
8. *Бергер П., Лукманн Т.* Социальное конструирование реальности. М.: Медиум, 1995. 323 с.
9. *Вебер М.* Основные социологические понятия // Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. 804 с.
10. *Норт Д.* Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Начала, 1997. 426 с.
11. *Гавра Д.П.* Понятие социального института // Регион. Экономика, политика, идеология. 1999. № 1–2. С. 14–18.
12. *Бергер П., Бергер Б.* Социология: биографический подход // Бергер П., Бергер Б., Коллинз Р. Личностно-ориентированная социология. М., 2004. С. 101.
13. *Иншаков О.В., Лебедева Н.Н.* Типология и классификация институциональных механизмов // Экономика развития региона: проблемы, поиски, перспективы: Ежегодник. Волгоград: Изд-во ВолГУ. 2002. Вып. 1. С. 23–37.
14. *Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям.* – URL: http://gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/afc8ea004d56a39ab251f2bafc3abfce
15. *Абазов А.Б.* Представительные органы местного самоуправления в системе муниципально-правовых отношений: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М., 2013.
16. *Булаев А.Е.* Конституционно-правовой статус депутата представительного органа местного самоуправления: дис. ... канд. юрид. наук. М., 2008. 227 с.
17. *Алексеев И.А.* Правовой статус депутатов представительных органов местного самоуправления Южного федерального округа: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Ростов н/Д, 2001.
18. *Джагарян А.А.* Местное самоуправление в системе социальной государственности Российской Федерации: автореф. дис. ... д-ра юрид. наук. Ростов н/Д, 2012.
19. *Майкова Э.Ю., Симонова Е.В.* Тенденции и потенциал развития местного самоуправления в России // СИСП. 2012. № 12. С. 41.
20. *Богер Ю.О.* Становление политико-правового статуса представительных органов местного самоуправления в условиях муниципальной реформы: дис. ... канд. полит. наук. М., 2008. 153 с.

Fatneva Elena V. Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation)

REPRESENTATIVE BODIES OF RURAL SETTLEMENTS: INSTITUTE OR INSTITUTION?

Key words: Representative bodies, institute, institution

Raises the question of the relevance of assigning the status of the "institute" or "institution" to the modern representative bodies of rural settlements in the framework of this paper is primarily due to the fact that the understanding of these two categories will make a conclusion about particular stage of social development of these bodies, society recognition degree as well as their role in society in general and in individual living. The author consistently examines concepts and feature of the "institute" and "institution". As a basic definition of "institution" D.P. Gavra's approach was selected. Considering the concept of "institution" the author refers to the O.V. Inshakova's definition. Considerable attention is paid to the analysis of "institution" features, based on the "institute" features. Considering to the representative bodies of rural settlements, the author notes that problems, associated with the operation of the local government system as a whole or at the level of municipalities, are more common in the scientific community today. Following authors were dealing with this problem: A.B. Abazov, A.E. Bulaev, I.A. Alekseev, A.A. Dzhigaryan, E.Y. Maikova and E.V. Simonova, J.O. Boger. The author

comes to the conclusion that those characteristics, which are mentioned by modern scholars, are more typical for the "institution" category. Referring to the basic definition of the "institute" category, the author considers that in order to representative bodies of rural settlements be considered in terms of the "institute", it is necessary to speak not only about the legality, but also the legitimacy of bodies. The author suggests that mentioned features are related to communicative activities of the representative bodies of rural settlements. In turn, the legitimacy of representative bodies largely depends on the organization and implementation of their communicative activities within the framework of implementation powers in local government system. For this purpose, the author intends to continue research using sociological methods and tools that will make comprehensive conclusions about the perception of the representative bodies of rural settlements by different target groups, and thus to assess the legitimacy degree and, as a result, institutional forms.

References

1. *Kont O.* Obschij obzor pozitivizma: per. s fr. / pod red. `E.L. Radlova. Izd. 3-e. M.: LIBROKOM, 2012. 296 s.
2. *Spenser G.* Osnovaniya sociologii. SPb., 1877. 652 s.
3. *Dyurkgejm `E.* Sociologiya. Ee predmet, metod i naznachenie. M.: Kanon, 1995. 352 s.
4. *Moss M.* Obschestva. Obmen. Lichnost'. Trudy po social'noj antropologii / sost., per. s fr., pre-dislovie, vstupit, stat'ya, kommentarii A. B. Gofmana. M.: KDU, 2011. 416 s.
5. *Parsons T.* Sistema sovremennyh obschestv: per. s angl. M.: Aspekt Press, 1998. 270 s.
6. *Merton R.K.* Social'naya teoriya i social'naya struktura. M.: Hranitel', 2006. 873 s.
7. *Smelzer N.* Sociologiya: per. s angl. M.: Feniks, 1994. 687 s.
8. *Berger P., Lukmann T.* Social'noe konstruirovaniye real'nosti. M.: Medium, 1995. 323 s.
9. *Veber M.* Osnovnye sociologicheskie ponyatiya // Veber M. Izbrannye proizvedeniya. M.: Progress, 1990. 804 s.
10. *Nort D.* Instituty, institucional'nye izmeneniya i funkcionirovaniye `ekonomiki. M.: Nachala, 1997. 426 s.
11. *Gavra D.P.* Ponyatie social'nogo instituta // Region. `Ekonomika, politika, ideologiya. 1999. № 1-2. S. 14-18.
12. *Berger P., Berger B.* Sociologiya: biograficheskij podhod // Berger P., Berger B., Kollinz R. Lichnostno-orientirovannaya sociologiya. M., 2004. S.101.
13. *Inshakov O.V., Lebedeva N.N.* Tipologiya i klassifikaciya institucional'nyh mehanizmov // `Ekonomika razvitiya regiona: problemy, poiski, perspektivy: Ezhegodnik. Volgograd: Izd-vo VolGU. 2002. Vyp. 1. S. 23-37.
14. *Chislennost' naseleniya Rossijskoj Federacii po municipal'nyh obrazovaniyam.* - URL: http://gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/afc8ea004d56a39ab251f2bafc3a6fce
<http://gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/afc8ea004d56a39ab251f2bafc3a6fce>
15. *Abazov A.B.* Predstavitel'nye organy mestnogo samoupravleniya v sisteme municipal'no-pravovyh otnoshenij: avtoref. dis. ... kand. jurid. nauk. M., 2013.
16. *Bulaev A.E.* Konstitucionno-pravovoj status deputata predstavitel'nogo organa mestnogo samoupravleniya: dis. ... kand. jurid. nauk. M., 2008. 227 s.
17. *Alekseev I.A.* Pravovoj status deputatov predstavitel'nyh organov mestnogo samoupravleniya Yuzhnogo federal'nogo okruga: avtoref. dis. ... kand. jurid. nauk. Rostov n/D, 2001.
18. *Dzhagaryan A.A.* Mestnoe samoupravlenie v sisteme social'noj gosudarstvennosti Rossijskoj Federacii: avtoref. dis. ... d-ra jurid. nauk. Rostov n/D, 2012.
19. *Majkova `E.Yu., Simonova E.V.* Tendencii i potencial razvitiya mestnogo samoupravleniya v Rossii // SISP. 2012. № 12. S. 41.
20. *Boger Yu.O.* Stanovlenie politiko-pravovogo statusa predstavitel'nyh organov mestnogo samoupravleniya v usloviyah municipal'noj reformy: dis. ... kand. polit. nauk. M., 2008. 153 s.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

1. **АБРАМОВ Роман Николаевич** – кандидат социологических наук, доцент кафедры анализа социальных институтов факультета социологии НИУ ВШЭ (г.Москва). E-mail: sociportal@yandex.ru
2. **АБРАМОВА Мария Олеговна** – старший преподаватель кафедры социологии философского факультета Томского государственного университета (г. Томск). E-mail: abra@yandex.ru
3. **АЛЕКСАНДРОВА Юлия Константиновна** – аспирант философского факультета Томского государственного университета (г. Томск). E-mail: ajk_1@mail.ru
4. **БЫКОВ Александр Александрович** – кандидат исторических наук, доцент кафедры социальной работы Томского государственного университета (г. Томск). E-mail: aab56@sibmail.com
5. **ГАЛИНДАБАЕВА Вера Валериевна** – младший научный сотрудник института сравнительных исследований модернизации общества Казанского федерального университета (г.Казань). Email: vgalingdabaeva@gmail.com
6. **ГОЛОВАЦКИЙ Евгений Васильевич** – кандидат социологических наук, доцент, заведующий кафедрой социологических наук факультета политических наук и социологии ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет» (г. Кемерово). E-mail: politsocio@kemsu.ru
7. **ГРИГОРИЧЕВ Константин Вадимович** – кандидат исторических наук, начальник научно-исследовательской части Иркутского государственного университета (г. Иркутск). E-mail: kvvg@isu.ru
8. **ГУСЕВ Владимир Владимирович** – кандидат экономических наук, доцент кафедры антикризисного управления Поволжского института управления им. П.А. Столыпина РАНХиГС при Президенте РФ (г. Саратов). E-mail: vladgus2006@yandex.ru
9. **ЖУКОВА Анастасия Викторовна** – магистр социальной работы, старший лаборант кафедры социальной работы Томского государственного университета (г.Томск). E-mail: zhukovaanastasija@gmail.com
10. **ИВАНОВА Наталья Александровна** – кандидат философских наук, доцент, зав. кафедрой философии Новокузнецкого института (филиала) Кемеровского государственного университета (г. Новокузнецк). E-mail: ivanova-nkfi@mail.ru
11. **КАМЕНЩИКОВА Алена Михайловна** – студентка третьего курса специальности «социология» философского факультета Томского государственного университета (г. Томск). E-mail: alena.kamenschikowa@yandex.ru
12. **КАРНАУХОВА Наталья Андреевна** – старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций факультета психологии Томского государственного университета (г. Томск). E-mail: nmarketing@mail.ru
13. **МАЛЫЙ Вадим Игоревич** – доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой антикризисного управления Поволжского института управления им. П.А. Столыпина РАНХиГС при Президенте РФ (г. Саратов). E-mail: sreda@email.ru

14. **МОЖАЕВА Ренья Полина Николаевна** – аспирант кафедры социальной работы философского факультета Томского государственного университета (г. Томск). E-mail: polyamozhaeva@gmail.com
15. **ПОГОДАЕВ Николай Петрович** – кандидат исторических наук, доцент кафедры социальной работы философского факультета Томского государственного университета (г.Томск). E-mail: nik-pogodaev@yandex.ru
16. **ПОПОВА Евгения Владимировна** – директор НОЦ Социально-политические исследования технологий, кандидат политических наук, доцент кафедры политологии философского факультета Томского государственного университета (г. Томск). E-mail: pevgen@eu.spb.ru
17. **РЫКУН Артем Юрьевич** – проректор Томского государственного университета, доктор социологических наук, профессор (г. Томск). E-mail a_gukun@mail.ru
18. **САМОФАЛОВА Елена Игоревна** – аспирант философского факультета Томского государственного университета (г. Томск). E-mail: elena.sm83@gmail.com
19. **СУХУШИНА Елена Валерьевна** – кандидат философских наук, доцент кафедры социальной работы философского факультета Томского государственного университета (г. Томск). E-mail: elsukhush@inbox.ru
20. **ФАТНЕВА Елена Владимировна** – аспирант кафедры социальной работы философского факультета Томского государственного университета (г. Томск). E-mail: Fatneva.elena@ya.ru.
21. **ШАДРИНА Галина Николаевна** – магистрант второго курса специальности «социология» философского факультета Томского государственного университета (г. Томск). E-mail: shadrina.galina92@gmail.com
22. **ШПАГИН Сергей Александрович** – кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры политологии философского факультета Томского государственного университета (г. Томск) ,E-mail shpagin1972@mail.ru
23. **ЮЖАНИНОВ Константин Михайлович** – кандидат философских наук, доцент кафедры социальной работы философского факультета Томского государственного университета (г. Томск). E-mail: ukm55@yandex.ru

Научный журнал

**ВЕСТНИК ТОМСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА**

ФИЛОСОФИЯ. СОЦИОЛОГИЯ. ПОЛИТОЛОГИЯ

**TOMSK STATE UNIVERSITY JOURNAL OF PHILOSOPHY,
SOCIOLOGY, POLITICAL SCIENCE**

2014. № 1 (25)

Редактор *В.С. Сумарокова*
Оригинал-макет *Т.В. Дьяковой*
Дизайн обложки *Яна Якобсона* (проект «Пресс-интеграл»,
факультет журналистики ТГУ)

Подписано в печать 26.03.2014 г. Формат 70x100 ¹/₁₆.

Печ. л. 13,4; усл. печ. л. 18,7; уч.-изд. л. 19,5.

Тираж 100 экз. Заказ № 246

ООО «Издательство ТГУ», 634029, г. Томск, ул. Никитина, 4
Журнал отпечатан на оборудовании Издательского Дома
Томского государственного университета,
634050, г. Томск, пр. Ленина, 36, тел. 8(382-2) 53-15-28; 52-98-49
<http://publish.tsu.ru>; e-mail; rio.tsu@mail.ru