

СЕКЦИЯ 3

«СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ»

СОДЕРЖАНИЕ

КОНТРОЛЬ В АСПЕКТЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ РЕФЛЕКСИИ Боташева Ф.М.	241
ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА ОБЩЕСТВА И СБАЛАНСИРОВАННОЕ РАЗВИТИЕ СОЦИО-ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЫ РЕГИОНА Двинин Д.Ю., кандидат экономических наук, доцент.	245
СОЦИО-КУЛЬТУРНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ Князькина А.А.,	249
ПЕНИТЕНЦИАРНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА КАК ОСНОВА РЕСОЦИАЛИЗАЦИИ ОСУЖДЕННЫХ Копалкина Е.Г., кандидат философских наук, доцент, Кобелева А.С.	254
ОСОБЕННОСТИ ВОСПИТАНИЯ ДЕТЕЙ В ИНОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ Переселкова З.Ю., кандидат исторических наук, доцент....	258
ГОРОДСКАЯ СРЕДА В ВОСПРИТИИ НАСЕЛЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ Г. ОРЕНБУРГА) Виноградова Э.М., руководитель АНО «Центр социально- политических исследований «Индикатор», профессор, академик РАСН, заслуженный деятель РОС, Перминова М.С., кандидат социологических наук, доцент.	266
СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК ОДИН ИЗ ВИДОВ СОЦИОКОММУНИКАТИВНОЙ ТЕХНОЛОГИИ Баканов П.В., Ребрий Е.А.	272
ПРОБЛЕМА ОДИНОЧЕСТВА В ВЕК ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА Салимгиреева Е.А.	280
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНЦЕПЦИИ САМОИНДЕНТИФИКАЦИИ ЛИЧНОСТИ (ОТ У. ДЖЕМСА ДО ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ) Стрелец М.Ю.	284
СОЦИОЛОГИЯ ВЛАСТИ И БЮРОКРАТИИ Хамидуллин Н.Р., кандидат политических наук, доцент.	289

КОНТРОЛЬ В АСПЕКТЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ РЕФЛЕКСИИ

**Богашева Ф.М., студент
Петербургский государственный университет путей сообщения
Императора Александра I**

Контроль представляет собой целенаправленный механизм самоорганизации или, иными словами, саморегуляции общества посредством формирования и дальнейшего поддержания в социуме нормативного порядка, а также устранения, нейтрализации или минимизации нормонарушающих (девиантных) поступков.

Конечно, первостепенную роль контроль играет в отрасли экономики, политики, а также социологии, а именно – социологии управления, где главным объектом выступает социум и общественные отношения. Само по себе общество, в котором участниками уже predeterminedены нормативные стандарты, по которым они могут жить вместе, требует определенных элементов для обеспечения конкретных моделей поведения, и эти нормы, которые являются также и базисом для социализации, позволяют качественнее существовать в любой сфере жизнедеятельности. В связи с этим, социальный контроль не просто относится к нормальным регулирующим процессам сложного и взаимозависимого общества, а является необходимой его составляющей.

В целях более углубленного исследования социального контроля, используем психологический подход, акцентируя внимание на рефлексивном управлении, в аспекте которого применимы различные инструменты контроля.

В аспекте контроля именно рефлексия является одним из универсальных внутренних механизмов повышения эффективности лидера, наставника: принимаемых им управленческих решений, поведения в коллективе, работы в организации в целом, а также личностного развития. Ведь, психологический термин, рефлексия – процесс самопознания и саморегуляции человеком своих желаний, целей, умственных действий, «Я-образа», переживаний и смыслов.

Рефлексивное управление – это возможность видеть любую ситуацию как-бы «со стороны», понимая ее скрытые причинно-следственные связи, и поэтому лучше прогнозировать последствия, управлять ею не агрессивно и директивно, а опосредованно, то есть мягко, комплементарно. Использование рефлексивного подхода позволит результативно моделировать действия объекта регулирования, эффективно на него воздействовать за счет более глубокого проникновения в реальность и, как итог этого, – более серьезного понимания сути деятельности управления.

Рефлексивное управление – это своего рода и есть управленческая деятельность, осуществляемая на основе рефлексии и посредством

рефлексии в качестве особого способа организации координации над интеллектом, а в эпоху трендов цифровизации, философия управления, кибернетика, менеджмент, социальные науки существенно экспандируют границы употребления понятия «организация». Организации – это социальные единицы, которые служат определенным целям. Они пересматривают свои собственные действия и реструктурируют себя. В этом они отличаются от естественных социальных единиц, таких как семья, этнические группы или сообщества. Искусственная структура организаций и их направленность на производительность, а также их тенденция превышать естественные единицы делают как неформальный контроль, так и первичную идентификацию недостаточной. В сущности, организации, как правило, требуют нормативно институционализированного распределения вознаграждений и штрафов для усиления соответствия их нормам, правилам и распоряжениям. Как правило, организации не могут полагаться на то, что большинство их участников выполняют задания добровольно. Поэтому, в современных условиях, в связи с ростом функций управления, важность осмысления контрольных и регулирующих инструментов, их обоснование приобретает особое значение [1]. Ведь отношения управления пронизывают все уровни обществ, такие, как социетальный, институциональный, региональный, и в этом смысле формируют «суперинститут», в деятельностные функции которого вовлечены все активно-действующие социальные группы и социальные слои. В любом случае, все социальные единицы контролируют своих членов, но проблема контроля в организациях стоит особенно остро.

Для того чтобы организационные средства выполняли свои контрольные функции, их необходимо распределять по-разному, чтобы результаты, требуемые организационными нормами, были вознаграждены, а нежелательные – наказывались. Рассредоточение вознаграждений, а противоположные -критериям чаще встречается в менее развитых странах и представляет собой одну из причин низкой эффективности организационного контроля в этих странах. Средства контроля, используемые организацией, могут быть сегрегированы на следующие аналитические элементы:

- физические;
- материальные;
- символические.

Сравнение мер контроля, применяемых к перечисленным категориям различных организаций, дает результативный метод классификации организаций, поскольку разность в моделях контроля на этом уровне связаны со многими другими типами различий. Традиционно принято считать, что контроль может быть преимущественно принудительным, утилитарным или нормативным. Среди организаций, в которых преобладает тот же уровень власти, все еще существуют различия в степени, в которой эта власть применяется. Но не во всех организациях доминирует лишь одна модель

контроля. Например, профсоюзные организации оказываются под влиянием каждой из трех вышеперечисленных аналитических категорий: есть профсоюзы (те, которые граничат с «подземными организациями»), которые в значительной степени полагаются на принудительную власть для контроля над низшими участниками; есть профессиональные союзы, в которых контроль во многом основан на способности представителей «доставлять товары» (то есть обеспечивать повышение заработной платы и другие внутренние улучшения); а есть и нормативные союзы, в которых контроль основан на манипулировании идеологическими символами, такими как лозунги идеологии социализма. Отдельно выделим и нормативно-социальные союзы, в которых сообщество рабочих привлекается для осуществления инструментов неформального давления на членов, следуя нормам и приказам организации.

Методы регулирования применяют во всех организациях для обеспечения соблюдения требований, устанавливающих стандарты производительности [2]. Но организации сугубо различаются по применению правил, которые они хотят установить для обеспечения жесткого режима соблюдения. Некоторые учреждения, например, тюремные, имеют ограниченное распространение: они стараются контролировать только некоторые виды деятельности организации. Другие же пытаются контролировать большую часть деятельности, которая происходит внутри них, но немногие из них осуществляют снаружи. Другие организации, в частности церкви, пытаются устанавливать и применять нормы, главным образом, в отношении деятельности, которая проводится, когда участники не находятся на территории организации.

Таким образом, существует много других обстоятельств, оказывающих влияние на регулирование. Пока еще недостаточно проведено исследований для понимания взаимосвязей между моделями применяемого контроля, распределением регулирующих функций между людьми и должностями, а также между формальными и неформальными лидерами и условиями, в которых организация контролирует как инструментальные, так и выразительные действия. Тем не менее, кажется, несомненно эти переменные тесно и систематически связаны. Есть также два набора факторов, которые, безусловно, влияют на контроль, одним из которых являются различия в культурном и социальном контекстах, ведь необходимость изучать организации на примере других культур, особенно в менее развитых и недемократических обществах, остается одной из основных задач социологов и экономистов. Второй фактор заключается в том, что намного больше известно о регулировании участников с более низким рангом, чем у участников с более высоким рангом, и очевидно, что контроль над более высокими рангами, по крайней мере, так же важен.

Список литературы

1. Косоногова, Е.С. Формирование отраслевых решений организации внутреннего контроля на основе моделирования и стандартизации / Е.С.Косоногова, И.А. Никитина, А.М. Малинин // Московский экономический журнал. - 2017. - № 4. - С. 32.
2. Назаренко, С.В. Ресурсы социально-профессиональной социализации и социального контроля девиаций в цифровом мире / С.В. Назаренко // Научное обозрение. Серия 2: Гуманитарные науки. - 2019. - № 6. - С. 19-33.

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА ОБЩЕСТВА И СБАЛАНСИРОВАННОЕ РАЗВИТИЕ СОЦИО-ЭКОЛОГО- ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЫ РЕГИОНА

**Двинин Д.Ю., кандидат экономических наук, доцент
Челябинский государственный университет**

Вопрос сбалансированного развития социо-эколого-экономической среды региона одна из важнейших задач по гармонизации отношений природы и общества. Экологические факторы оказывают значимое влияние на здоровье и продолжительность жизни людей, их общую удовлетворенность качеством жизни [1]. Осознание указанной ситуации в XX веке, что было вызвано нарастанием существующих экологических проблем, привело к появлению концепции «устойчивого развития». Ее основная цель - создание для общества такого уровня качества жизни, когда существующие поколения не ставят под угрозу существование будущих, а согласованно существуют с окружающей природной средой.

В 1992 году на международной конференции Организации Объединенных наций (ООН) по охране окружающей среды и устойчивому развитию в Рио-де-Жанейро (что в дальнейшем было подтверждено решениями конференций 2002 и 2012 годов) было принято 27 базовых принципов, определяющих общественную работу по сохранению окружающей природной среды. Первый принцип устанавливает требования схожие со статьей 42 Конституции Российской Федерации, где указывается, что каждый человек имеет право на благоприятную окружающую среду, здоровую жизнь в гармонии с природой. Второй принцип указывает государствам их право на разработку собственных природных ресурсов, исходя из своих потребностей, однако запрещает при этом наносить ущерб любым другим государствам. Третий и четвертый принцип устанавливает необходимость защиты окружающей среды при развитии социо-эколого-экономической среды региона, и что одновременно должно соблюдаться удовлетворение потребностей существующего и будущего поколения людей. Другие принципы призывают государства и народы сотрудничать при решении вопросов снижения разрыва в уровне жизни и ликвидации бедности; исчезновения природоемких моделей производства и потребления; использования более эффективных правовых актов в экологической области; создании благоприятной международной социо-экономической среды; внедрения механизма общественных компенсаций при проявлении негативных последствий экологического ущерба [2].

Фактически в рамках указанной концепции предусматривается сбалансированное развитие социо-эколого-экономической среды региона по трем составляющим элементам: экономическому, экологическому и социальному.

Экономическая составляющая базируется на ограничении применения изымаемых из окружающей среды природных ресурсов, использовании ресурсосберегающих технологий в промышленности, минимизации образования и комплексной переработке отходов. Экологическая составляющая требует полного сохранения природных систем, их возможностей к восстановлению и адаптации, особое внимание должно уделяться ключевым и уязвимым экосистемам влияющим на стабильное функционирование глобальной биосферы. Российским биофизиком В.Г. Горшковым разработана теория биотической регуляции, где сформировано определение критерия сбалансированности биосферы, необходимости сохранения предельного уровня хозяйственной емкости [3]. Хозяйственная емкость экосистем устанавливает максимально допустимый уровень негативного антропогенного воздействия, который не приводит к потери сбалансированности социо-эколого-экономической среды региона. Критерий сбалансированности устанавливается на основании энергетического потока, который может использоваться обществом в результате хозяйственной деятельности, используя все существующие энергоисточники. Социальная составляющая качество жизни человека, сохранение культурных ценностей общества, справедливое социальное устройство и искоренение бедности, определяет как высшую ценность необходимых изменений.

Решение указанных проблем невозможно найти используя только техникстский подход, опирающийся исключительно на производственно-технические, экономические подходы и управленческие решения. Решение указанных острых вопросов возможно лишь в рамках культурного контекста. Требуется выявить и осознать, что не так с существующим человеческим социумом, неожиданно ставшим угрозой не только для биосферы, но и для существования самого общества. Экологические проблемы создала не техника, а непосредственно сам человек. Нарастающий ресурсно-экологический кризис взаимоотношения с окружающей природной средой можно считать в большей степени социально-экологическим, вызванным существующей общественной культурой. Формирование новой экологической культуры общества – обязательное условие для сдвига современного общества к сбалансированному развитию в социо-эколого-экономической среде. Экологическая культура способна выставить ограничения для человеческого эгоизма при взаимоотношении с природной средой. Это потребует массового осознания того факта, что существующий социум в рамках хозяйственной деятельности должен заниматься не только удовлетворения текущих собственных потребностей, а и сохранением и развитием условий для жизни всех будущих поколений. Стремление к формированию благоприятной окружающей природной среды, к сохранению всего биосферного наследия, должно стать внутренним мотивом деятельности каждого человека. Экологические ограничения и нормы соблюдаться не только исходя из требований принятого законодательства, а

и потому что это внутренне необходимо каждому индивиду общества. Фактически от общества потребуются признание, что экосистемы, и отдельные их элементы, обладают некоторыми неотъемлемыми правами, как и социум и его индивиды. Соблюдение этих прав – долг всего общества и каждого его члена. Используя подобный подход, еще в 1982 году Генеральная Ассамблея ООН приняла Хартию Природы. В 2000 году ЮНЕСКО (UNESCO; United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) приняла схожую Хартию Земли. Однако следует признать, что вплоть до настоящего времени, если сравнивать с Декларацией прав человека, указанные документы не получили значимого влияния в мире. Основная причина указанной ситуации как раз и заключается в отсутствии экологической культуры общества сформированной на достаточно высоком уровне. Процесс ее становления начался недавно и потребует решения еще достаточно многих трудностей на своем пути.

Формирование экологической культуры общества достаточно сложное и комплексное явление, где ключевая роль традиционно отводится образованию [4]. Вся система образования начиная с дошкольного уровня, далее переходя в среднее и высшее образование должна быть подчинена общей цели. Особая роль отводится университетам, как центрам инноваций, в том числе формирования и новой культуры социума [5]. Существуют утверждения, что университеты появившись в средневековье, в дальнейшем фактически обусловили переход Европы к Возрождению, а далее и к Новому времени, характеризующемуся индустриализацией, гуманистическим и научным подходом во всех сферах жизни общества. Соответственно определенные ожидания на указанные научно-образовательные центры возлагается и сейчас, когда требуется формирование основ экологической культуры общества, что обеспечит сбалансированное развитие социо-эколого-экономической системы.

На региональном уровне научно-образовательные организации, включая университеты, могут двигаться к указанной цели посредством реализации следующих задач:

1. Подготовкой специалистов обладающих основами экологической культуры, пониманием важности задачи по сохранению окружающей природной среды.
2. Научными исследованиями в области взаимодействия природы и общества, сбалансированного развития социо-эколого-экономической среды.
3. Популяризацией экологической информации в средствах массовой информации (СМИ) для широкого круга обывателей.

Для оценки прогресса в достижении поставленной цели потребуются индикаторы оценивающие экологические, социальные и экономические аспекты среды региона. Системность сбалансированного и устойчивого развития обуславливает учет всех трех компонентов социо-эколого-экономической системы. Однако следует отметить, что каждый регион может

иметь немного отличающийся набор индикаторов. Система индикаторов должна быть адекватной и отражать уровень благосостояния населения, качества жизни, с учетом экологической составляющей. Особая роль отводится агрегированным индикаторам, позволяющим сделать вывод о состоянии социо-эколого-экономической среды региона в целом, а соответственно и качестве жизни населения и уровне сформированности экологической культуры. Такими индикаторами являются производительность труда в энергетических единицах и доля альтернативной энергетики в региональном энергобалансе. Первый индикатор позволяет выявить природоемкость общественного хозяйства, а второй, оценить развитие новой отрасли экономики, значительно повышающей сбалансированность социо-эколого-экономической системы, уровень экологической культуры общества в целом [1].

Таким образом, образованию отводится ведущая роль в формировании экологической культуры общества для достижения сбалансированного развития социо-эколого-экономической среды региона. Университеты, как центры инноваций, благодаря внедрению научных исследований в образовательный процесс, должны сформировать основы нового экологического мировоззрения, а также с помощью оценки определенных индикаторов оценивать прогресс общества в достижении поставленной цели.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-010-00195.

Список литературы

1. Двинин, Д.Ю. [и др.] Социо-эколого-экономические факторы качества жизни населения региона / Под общ. ред. В.Н. Белкина, Г.Н. Пряхина, А.Ю. Шумакова. – Челябинск: Институт экономики УрО РАН, 2019. – 344 с.
2. Повестка дня на 21 век. Принята конференцией ООН по окружающей среде и развитию, Рио-де-Жанейро, 3-4 июня 1992 г. // Режим доступа: <http://www.un.org/russian/conferen/wssd/agenda21/>, свободный.
3. Горшков, В. Г. Физические и биологические основы устойчивости жизни / В. Г. Горшков. – М.: ВИНТИ, 1995. – 470 с.
4. Двинин, Д.Ю. Экологическая культура общества и устойчивое развитие: университетское измерение / Д.Ю. Двинин // Инновационное развитие. – Пермь, 2018. – № 7 (24). – С. 47-49.
5. Аузан, А.А. Миссия университета: взгляд экономиста [Электронный ресурс] / А.А. Аузан. – Режим доступа: <https://polit.ru/article/2013/05/07/auzan/>, свободный.

СОЦИО-КУЛЬТУРНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Князькина А.А., студент
Пензенский государственный университет

Проблема деградации сельских территорий не нова в мире и на нее стали обращать внимание ученые и бизнесмены во всем мире, понимая, что процессы урбанизации, падения популярности аграрного труда, разрушения производственно-социальной инфраструктуры в сельской местности грозит, в первую очередь, наиболее перспективному бизнесу, связанному с производством продуктов питания, а также продовольственной безопасности страны. Рост инвестиционной привлекательности сельских территорий обуславливается не только развитием агропромышленного производства, но и в значительной степени формированием благоприятных условий проживания для сельских жителей. Для решения этой проблемы в России на федеральном уровне было разработано несколько государственных программ, направленных на реализацию инфраструктурных проектов [1, 2, 3, 4]. Однако это не привело к существенному росту инвестиционной привлекательности сельских территорий, что обусловлено, на наш взгляд, отсутствием учета мнения сельского населения в необходимости их реализации, возможности активного участия самих сельских жителей в реализации тех или иных инфраструктурных мероприятий, невключением их в инвестиционные процессы сельского обустройства и, как результат, слабой заинтересованностью в результатах реализации мероприятий. Поэтому зачастую были реализованы инфраструктурные проекты, не являющиеся первоочередными и, соответственно, не привлекательными для жителей сельских территорий. В то же время, чтобы повышать качество среды проживания, в большинстве сельских территорий уже недостаточно даже обеспечить приток инвестиций на объекты социальной инфраструктуры. Финансовые стимулы не создадут ощущения комфортного проживания, если будет отсутствовать соответствующая запросам поколения, сформировавшегося в информационную эпоху, институциональная среда. Таким образом, можно констатировать, что институты государственного управления, призванные создавать и поддерживать такую среду, по большей части не справляются с этой задачей. Сложившиеся обстоятельства предполагают активное привлечение органами государственной власти жителей каждой конкретной сельской территории к участию в формировании благоприятной (комфортной) институциональной среды для проживания с одновременным формированием системы экономических интересов населения сельских территорий как через всемерное содействие

инвестиционным вложениям в развитие сёл, агробизнеса и сельской инфраструктуры, так и путем вовлечения их в инвестиционные процессы.

Одним из революционных направлений инвестирования в последние годы является импакт-инвестирование (инвестиции воздействия, социально-преобразующие инвестиции), представляющее собой процессы вложения средств в предприятия, сферы, процессы, которые кроме главной цели – извлечения прибыли – имеют дополнительную цель – развитие среды, обуславливающее социальные изменения в ней [5]. Основным направлением импакт-инвестиций в мире стали именно инвестиции в инфраструктурные и социокультурные проекты на сельских территориях [6].

Социокультурное проектирование является, на наш взгляд, одним из перспективных методов привлечения сельского населения к участию в решении социально значимых задач. Сущность его заключается в анализе социальных проблем и выявлении причин их возникновения, выработке целей и задач, путей и средств их устранения и непосредственном участии в решении выявленных проблем [7]. При этом, чтобы «расшевелить» жителей конкретной сельской территории необходимо действовать на данной территории, поддерживая наиболее деятельных местных активистов и «социальные институции». Особое значение для сельских территориальных сообществ будут иметь, по нашему мнению, проекты и импакт-инвестиции, связанные с локальной идентичностью. У жителей каждой конкретной сельской территории необходимо формировать так называемый «локальный патриотизм», когда каждый житель гордится своей улицей, двором, участвует в их создании и поддержании в виде, удовлетворяющем «социальные потребности». Именно «локальный патриотизм» формирует неосознанное желание человека созидать на благо места своего проживания. В этой связи механизм импакт-инвестирования в социокультурные проекты может стать основой обеспечения данной цели. Социокультурный проект кроме достижения указанной цели должен формировать следующие задачи (см. рисунок 1).



Рисунок 1 – Цель и задачи и социокультурного проектирования

Ключевой элементом социокультурного проекта должно быть местное сообщество. Работа по активизации формирования местного сообщества необходимо возложить, на наш взгляд, на муниципальные органы власти. Процесс вовлечения местных сообществ в разработку и реализацию социокультурного проекта представляется нами как многоэтапный процесс (см. рисунок 2). Он может основываться как на организационной составляющей, так и на финансовой. В первом случае жители лишь принимают организационное участие в реализации проекта, во втором – выступают субъектами импакт-инвестирования, то есть вкладывают личные сбережения (физические лица) или нераспределенную прибыль, резервы (предпринимательские структуры сельских территорий) в формирование материальной базы и/или нематериальные активы социокультурного проекта.



Рисунок 2 – Вовлечение жителей сельских территорий в социокультурное проектирование

Первоначально работу необходимо проводить с активистами каждой конкретной сельской территории. А через них трансляцию как самого проекта, так и возможность участия в его разработке и реализации всему местному сообществу. Активная разъяснительная работа – это основа успешной реализации идеи «социокультурного проектирования». В связи с тем, что реализация социокультурных проектов способствует раскрытию и повышению экономического потенциала сельских территорий, к их разработке и реализации необходимо привлекать также представителей агробизнеса.

Список литературы

1. Указ Президента РФ от 07.05.2018 г. № 204 "О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года". Режим доступа: <http://zivsosh1.ru/images/2018/ukaz.pdf>.
2. Постановление Правительства РФ от 14 июля 2012 г. № 717 «О государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы» Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/902361843>.
3. Концепция устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 30.11.2010 № 2136-р. Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/2073544/>.
4. Стратегия устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 2 февраля 2015 г. № 151-р. Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/Fw1kbNXVJxQ.pdf>.
5. Энтони Багг-Левин, Джед Эмерсон. Социально-преобразующие инвестиции. Как мы меняем мир и зарабатываем деньги. – М.: Политическая энциклопедия, 2017. – 271 с.
6. Елецких Т., Карканица Н. Финансовые технологии для достижения Целей устойчивого развития: импакт-инвестирование // Банкаўскі веснік – № 9. – С. 12-16.
7. Jessica Freireich and Katherine Fulton Investing for Environmental and Social Impact. Monitor institute. – 2009. – 86 с. [Электронный ресурс] URL: https://web.archive.org/web/20170330180511/http://www.monitorinstitute.com/downloads/what-we-think/impact-investing/Impact_Investing.pdf.

ПЕНИТЕНЦИАРНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА КАК ОСНОВА РЕСОЦИАЛИЗАЦИИ ОСУЖДЕННЫХ

Кобелева А.С., студент

Копалкина Е.Г., к. филос. н., доцент

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Пенитенциарная социальная работа представляет собой важнейшее направление в теории и практике социальной работы, имеет универсальный и междисциплинарный характер, обладает собственной *спецификой*, поскольку неразрывно связана с исполнением уголовного наказания, реализуется в учреждениях высокой степени закрытости и изолированности, направлена на лиц с высоким уровнем социального неблагополучия, тем самым занимая особое посредническое место между осужденными и государственной властью [2, с. 165].

Развитие пенитенциарной социальной работы начинается с введения в апреле 2001 года штатной должности старшего специалиста по социальной работе с осужденными в исправительных учреждениях [5, с. 165]. На сегодняшний день в пенитенциарной системе России проходят службу более 1,5 тыс. социальных работников, в 2017 году было рассмотрено свыше 213 тыс. заявлений по социальным проблемам, из них более 209 тыс. получили положительное решение, более 4,2 тыс. осужденным восстановлены социально полезные связи с родственниками, 34 717 человек получили помощь в трудовом и бытовом устройстве [8].

Целью пенитенциарной социальной работы является содействие в исправлении и ресоциализации осужденных, их успешной социальной адаптации после освобождения из мест лишения свободы. Важнейшими *задачами* социальной работы в исправительных учреждениях являются:

– обеспечение *приемлемых социально-бытовых условий* отбывания наказания;

– *выявление и решение социальных проблем* (восстановление и укрепление социально полезных связей, повышение уровня социальной культуры и самоконтроля, помощь в социальном развитии, подготовка к освобождению, трудовое и бытовое устройство после освобождения) с привлечением общественности и специалистов различных социальных служб;

– организация и обеспечение *мер социальной защиты особо нуждающимся* осужденным – пенсионерам, инвалидам, лицам, страдающим алкогольной и наркотической зависимостями, не имеющим определенного места жительства, больным смертельными заболеваниями [4, с. 106-107].

Согласно статистическим данным ФСИН России по состоянию на 1 апреля 2020 г. в учреждениях уголовно-исполнительной системы содержится 517 028 чел. Отбывающих наказание осужденных старше 60 лет в 2015 году

насчитывалось 7 867 чел., в 2016 году – 8 164 чел., в 2017 году – 8 641 чел., в 2018 году – 8 740 чел. в 2019 году – 9 013 чел. По состоянию на 1 января 2019 года в исправительных учреждениях отбывают наказание 61 417 ВИЧ-инфицированных, ВИЧ-инфекцией поражены каждый 10-й мужчина и каждая 5-ая женщина, содержащиеся в учреждениях УИС [8]. В исправительных учреждениях ГУФСИН России по Иркутской области на 01.01.2019 содержится 772 осужденных инвалидов (из них женщин инвалидов – 66, несовершеннолетних осужденных – 0). Из 772 осужденных инвалидов: мужчин – 706 (I гр. – 9, II гр. – 208, III гр. – 489); женщин – 66 (I гр. – 1, II гр. – 25, III гр. – 40) [7].

Пенитенциарная социальная работа *проводится с первого дня* поступления заключенных в места лишения свободы, когда они попадают в *двухнедельный карантин*. Содержанием деятельности социального работника является не только получение информации о семейном статусе, характере связи с родственниками, жилищно-бытовых условиях, профессии, образовании, вероисповедании, но и о тех ценностях и установках, которых придерживается осужденный в социальном взаимодействии (отражается в *дневнике индивидуальной работы с осужденным*).

Основными направлениями пенитенциарной социальной работы являются:

– *содействие осужденным в получении общего, профессионального или высшего образования*. Образовательная и профессиональная подготовка, несмотря на существующие недостатки и проблемы [3, с. 301-302] играют большую роль в ресоциализации и постпенитенциарной адаптации осужденных. При исправительных учреждениях имеются 267 общеобразовательных организаций и 510 их филиалов, 285 профессиональных образовательных учреждений ФСИН России и 442 их структурных подразделения, действуют 7 учреждений высшего образования с 1 филиалом, 3 института повышения квалификации. На сегодня в образовательных организациях среднего профессионального и высшего образования обучаются 65,4 тыс. осужденных, из них более 900 обучаются дистанционно. В Иркутской области все осужденные, не имеющие обязательного общего образования, посещают две школы и 21 учебно-консультационный пункт, число обучающихся – 1472 чел., дальнейшее обучение проходит в 5 профессиональных училищах по 4 образовательным программам среднего профессионального образования и 24 программам профессиональной подготовки, число обучающихся составляет 1652 человека, дистанционное обучение проходит 18 человек [7].

– *оказание психологической помощи осужденным*, которая включает в себя проведение анамнеза жизни с точки зрения анализа его преступных проявлений, реализации программ психокоррекционного характера, осуществление социально-психологической помощи (консультирование, групповые тренинги и др.), направленной на содействие адаптации к

условиям лишения свободы и на этапе подготовки к выходу на свободу [2]. В исправительных учреждениях штатная численность психологов в 2018 году составила более 3,3 тыс. сотрудников, функционируют 970 психологических лабораторий.

– *подготовка осужденных к освобождению*, представляющая собой мероприятия (психологические, нравственные, правовые) предварительного характера (за шесть месяцев), связанные с решением вопросов трудового и бытового устройства после отбытия наказания. Проводятся занятия в школе подготовки к освобождению в форме бесед, лекций, тренингов, круглых столов, цель которых выяснить жизненные планы, донести информацию о правах и обязанностях осужденных, об услугах социальных служб, к которым можно обратиться после освобождения. Более подробно проблемы организации и проведения занятий в школе подготовки осужденных к освобождению раскрывает в своей работе исследователь А.А. Мишин [6, с. 153].

Таким образом, пенитенциарная социальная работа представляет собой социальное сопровождение комплексного и межведомственного характера, цель которого является успешная ресоциализации осужденных, вернувшихся из мест лишения свободы, причем ее эффективность определяется не только постпенитенциарным периодом, а в большей степени детерминирован периодом пребывания в исправительном учреждении [1, с. 22].

Список литературы

1. Абитулипов, А.Р. Ключевые проблемы постпенитенциарного периода и причины дезадаптации освобожденных из мест лишения свободы в условиях российской реальности / А.Р. Абитулипов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2016. – № 8-9. – С. 20-24.
2. Климова, Е.М. Социально-психологические предпосылки совершенствования социальной работы в пенитенциарных учреждениях / Е.М. Климова // Человеческий капитал. – 2018. – 11-2 (119). – С. 164-172.
3. Кобелева, А.С. Проблемы получения высшего образования в пенитенциарной системе России / А.С. Кобелева, Е.Г. Копалкина // Актуальные проблемы развития человеческого потенциала в современном обществе [Электронный ресурс]: материалы VI Всерос. (с междунар. уч.) науч.-практ. конф. (3-4 декабря 2019 г.) / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2019. – 420 с. (С. 300-304).
4. Кузьмин, Ю.А. Социальная работа в исправительных учреждениях уголовно-исполнительной системы / Ю.А. Кузьмин // Проблемы науки. – 2017. – № 4 (17). – С. 105-109.
5. Латышева, Л.А. Социальная работа в исправительном учреждении как основа ресоциализации осужденных / Л.А. Латышева // Вестник

института: преступление, наказание, исправление. – 2014. – №. 3 (27). – С. 30-33.

6. Мишин, А.А. Проблемы организации школы подготовки к освобождению в исправительных учреждениях / А.А. Мишин // Вестник Кузбасского университета. – 2017. – № 4(33). – С. 150-154.

7. Официальный сайт Главного управления Федеральной службы исполнения наказаний по Иркутской области URL: <http://www.38.fsin.su/> (дата обращения 05.04.2020)

8. Официальный сайт Федеральной службы исполнения наказаний Российской Федерации URL: <http://фсин.рф/> (дата обращения 03.04.2020).

ОСОБЕННОСТИ ВОСПИТАНИЯ ДЕТЕЙ В ИНОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Переселкова З.Ю., к.и.н.
Оренбургский государственный университет

Современные этносоциальные процессы и специфика их проявления в обществе актуализирует изучение вопросов, связанных с этнокультурной идентичностью. Изменение культурной среды, ценностно-нормативных ориентиров, функций социальных институтов, побуждают индивида обращаться к ценностям этнической культуры, обладающей наибольшей устойчивостью в постоянно меняющихся условиях современности и обеспечивающей ему чувство уверенности и устойчивости жизни. Составной частью социальной идентичности личности, особой психологической категорией выступает этническая идентичность, которая выражается осознанием своей принадлежности к определенной этнической общности.

Ведущая роль в воспитании детей в условиях нахождения в эмиграции принадлежит семье, которая, выступая основным хранителем этнических традиций, культуры, языка и выполняя роль первичного агента социализации подрастающего поколения, сталкивается в этом вопросе с значительными трудностями. Зачастую в условиях инокультурной среды родители испытывают неуверенность и тревогу, в результате чего традиционные ценности и представления о воспитании детей подвергаются сомнению. Особенности воспитания в ситуации эмиграции определяются с одной стороны национальными традициями и имеют функцию поддержки и защиты национальной идентичности, а с другой стороны должны способствовать интеграции ребенка в новый для него социум. Идеальный вариант подразумевает баланс этих двух тенденций, задача установления которого отводится, прежде всего, матери, выступающей проводником семейных и национальных традиций.

Проблемы, связанные с воспитанием детей в инокультурном пространстве, зачастую возникают в случаях, когда родители не раскрывают обстоятельства, при которых семья оказалась в условиях «новой родины». Подобное поведение исходит из императива российской модели воспитания об отвлечении детей от жизненных трудностей родителей (не посвящать детей во взаимоотношения между взрослыми членами семьи). Однако, подобная практика в условиях эмиграции, при смене культурного ареала пребывания, обрекает ребенка на одиночество, когда он находится вне «круга семейных дел». К этому добавляются переживания, связанные с утратой связей с близкими людьми, оставшимися на родине (бабушки, один из родителей, друзья, школьные приятели и т.д.). Это делает его беззащитным, снижая шансы на успешную адаптацию, и вызывает порой конфликтное поведение с окружающими. При этом родители основной

проблемой вживания детей в другую культуру считают трудности с усвоением языка. Однако, на практике, именно дети быстрее начинают говорить и понимать язык нового общества, чем сами родители, но при этом в меньшей степени могут самостоятельно решать социальные задачи, договариваться со сверстниками, определять собственное место в новых сложившихся условиях. В результате возникает классическая проблема детей эмиграции – кризис идентичности. Наиболее опасна она для подросткового возраста (13-17 лет), так как в период бурного физиологического и психологического развития у подростков-эмигрантов она в большей степени связана с осознанием собственного «Я». Подросток, испытывая проблемы с самосознанием, не может четко определить кто он, кем будет, любит ли своих родителей, особо остро чувствуется потерянности и одиночество [1].

На основе метода исследования структуры родительского отношения, разработанного Е. Смирновой и М. Соколовой и при помощи пилотажного опроса, Котляр И.А. была исследована проблема детско-родительских отношений в семьях российских эмигрантов, переехавших на постоянное место жительства в Германию. В исследовании приняло участие две группы испытуемых: в первую вошли 30 русскоязычных мам и 1 папа детей раннего и дошкольного возраста, во вторую группу вошло 17 немецкоязычных родителей. Автор исследования выделила в семьях российских эмигрантов две тенденции. Первая выражается в стремлении к вливанию в немецкую культуру с одновременным сохранением русской культуры и русского языка, а вторая – в полной интеграции с немецкой культурой и вытеснении русской культуры и языка из повседневной жизни. В ходе исследования было установлено, что в группе русскоязычных родителей преобладает представленность личностного начала в моделях воспитания детей. Прежде всего они желают видеть своих детей счастливыми и жизнерадостными. В группе немецкоязычных родителей преобладает предметное начало, выражающееся в конкретных ожиданиях от поведения ребенка, выражения его самостоятельности. С точки зрения преобладания стилей воспитания были обнаружены различия: для русскоязычных родителей наиболее характерен содействующий стиль, а для немецкоязычных – автономный [2, с. 64].

Русские семьи, живущие во Франции, по-разному решают вопросы образования и воспитания своих детей в новом социокультурном пространстве. Никишина М. С., проводила в 2010 году серию интервью с российскими эмигрантами четвертой волны, т.е. с теми, кто уехал во Францию в конце 1980-х - начале 1990-х годов. В ее выборку вошли 18 человек (9 женщин и 9 мужчин). Все они уехали во Францию уже взрослыми. Некоторые из них на момент исследования были женаты на француженках или замужем за французами, некоторые состояли в браке с русскими эмигрантами. В интервью поднимались вопросы, связанные с интеграцией их самих и их детей во французское общество, а также обсуждалась проблема

использования ими родного языка и языка окружения. Некоторые из эмигрантов отвечали, что в основном они общаются на русском языке в кругу своей семьи, читают своим детям русские книги, показывают русские мультфильмы и т.д. Другие информанты записали детей в русскую школу при российском посольстве в Париже, в которой все предметы преподаются на русском языке. После ее окончания их дети получают аттестат о полном среднем образовании (такой же, как в России) и будут иметь возможность продолжить образование в российских вузах.

Занятия в этой школе проходят только один раз в неделю, а остальное время отводится на самостоятельное обучение, что требует от детей ответственного отношения к учебе. Все респонденты, дети которых обучаются в этой русской школе, отмечали, что в ней поддерживается строгая дисциплина и задают много домашних заданий. При этом дети должны распределять свое время между учебой сразу в двух школах - посольской и французской, причем последняя, воспринимается и детьми, и родителями как основное учебное заведение, куда следует вкладывать больше сил. Таким образом, у детей российских эмигрантов достигается эффект мультикультурного образования. При этом, респонденты отмечают, что их дети относятся к изучению русского языка как к дополнительной обязанности и большого желания не проявляют [3, с. 67-69].

Процесс воспитания осуществляется в каждой стране по-своему, в соответствии с менталитетом, образом жизни и традициями, что зачастую вызывает непонимание и недоумение российских родителей при столкновении его разных моделей. Так, женщины, проживающие в условиях эмиграции рассказывают, чем отличается отношение к детям в других странах от российского. В Европе родители очень терпеливы и ответственны, но куда меньше, чем в России, озабочены уходом за детьми и сохранением режима дня. В отличие от России, здесь детей берут с собой повсюду: в кафе, в библиотеки, торговые центры, на встречи. Отношение к детям абсолютно спокойное, дети просто живут и растут рядом, никаких специальных условий для них не создается, никто не дрожит ни над питанием, ни над одеждой, ни над сном. Удивляет наших соотечественниц тот факт, что детям разрешено шуметь в общественных местах, это им кажется проявлением бескультурья. Местные родители вообще очень редко одергивают своих детей за шум. Указывается, что в целом, детям в Европе больше разрешают, чем запрещают.

Большую проблему для современных российских эмигрантов в европейских странах представляет собой взаимодействие с ювенальной юстицией и органами опеки. Созданная изначально с целью контроля над детской преступностью, ее профилактики, постепенно ювенальная юстиция в европейских странах стала выполнять обязанности по защите прав ребенка, весьма широко трактуя эти права. Именно этот аспект деятельности данной правовой службы и вызывает все больше споров и волнений, поскольку

может распространяться не только в отношении юных правонарушителей и неблагополучных семей, но и практически любого родителя.

Все чаще в прессе появляются публикации русских матерей, проживающих в других странах, о насильственном изъятии у них детей и передачи их в приемные семьи. И в первую очередь это связано с тем, что модель воспитания детей в русских семьях, значительно отличается от европейской системы воспитания, в которой детей рассматривают, прежде всего, как отдельную личность, а не часть семьи, обладающую такими же правами, как и взрослые, начиная с момента рождения. Также тревогу вселяет отношение европейцев к половой и сексуальной свободе. Ювенальная юстиция четко оговаривает: полов нет, есть гендеры, а родителей лучше называть не папой и мамой, а по номерам. Однополая любовь в представлениях современных европейцев это не нечто из ряда вон выходящее, не извращение, а вполне нормальная вещь. Именно такие принципы исповедует современное европейское ювенальное право, при этом имея подтекст в виде презумпции виновности родителей.

В подобных ситуациях родители оказываются «под колпаком», так как от действий ювенальной юстиции не застрахована ни одна семья. В результате за цифрами ювенальных отчетов скрывается множество семейных трагедий связанных с разрешением целостности семьи. Подтверждением этому служит недавний международный «детский» скандал, связанный с изъятием грудного ребенка у русской семьи Кругловых в Новой Зеландии. Ребенка насильно отобрали у родителей, и они длительное время не знали в какой семье была их дочь, из-за того что социальная служба расценила трещину в ножке девочки из-за недостатка кальция на фоне скачка роста как травму от побоев родителей [4].

По информации Госкомстата Норвегии, государство ежегодно выделяет на содержание «Барневарн» ([норв. Barnevern i Norge](#), также Barnevernet) – [норвежская](#) государственная социальная служба, оказывающая помощь и поддержку детям и подросткам – около 1 млрд. евро, которые тратятся в основном на насильственное разделение семей эмигрантов и отчуждение родителей от детей. К примеру, в 2009 году из 46 тысяч детей, находящихся в структуре «Барневарн», 5 тысяч детей имели одного или двух родителей русского происхождения и 17 из них были насильственно разлучены с родными мамами и папами. В Норвегии законодательно запрещено плакать, так как слезы расцениваются как признак эмоциональной нестабильности. Слезы матери, которую лишили детей из-за ювенальной юстиции на суде будут являться доказательством того, что она не стабильна или сумасшедшая, и только усугубят ее «вину».

В США, в штате Флорида семью русской женщины, которая развелась с американцем, опека сначала взяла под контроль, а потом и вовсе поставила вопрос об изъятии одного из ее сыновей, который учился хорошо и не имел замечаний по поведению. Причина заключалась в том, что ребенок

поссорился с учительницей, и та – в отместку – донесла куда следует, что ученик три дня подряд ходил в одной и той же майке. Майка была с логотипом любимого футбольного клуба, ее только что купили, и она очень нравилась мальчику. В Канаде у русской матери насильно забрали ребёнка, потому что пять дней в году он не посещал детский сад [5]. Фактов изъятия из семьи детей органами опеки по таким причинам, как «ненадлежащее воспитание», «низкое развитие ребенка», «недостаточный уровень материального благосостояния семьи» или «психологическое насилие» множество и они свидетельствуют о том, что деятельность ювенальных судов и инфраструктуры детского судопроизводства приводит к прямому вмешательству государства во внутренние дела семьи, в любые семейные конфликты, в которых затронуты дети.

С целью выявления условий и способов сохранения этнокультурной идентичности в процессе воспитания детей в инокультурном пространстве, в рамках данной работы было проведено социологическое исследование методом полустандартизированного интервью. Выборка респондентов производилась квотная, где в качестве критериев был избран пол респондентов, образовательный, семейный и гражданский статус. В общем количестве было проведено 6 бесед, с женщинами в возрасте от 30 до 50 лет, выехавшими на постоянное место жительства из России в другую страну, замужними и воспитывающими детей в инокультурной среде другого государства. Интервью проводилось при помощи современного бесплатного программного обеспечения с закрытым кодом, обеспечивающего текстовую, голосовую и видеосвязь через Интернет между компьютерами – Skype (Скайп). Все респонденты проживают на территории стран, относящихся к европейской культуре (Франция, Германия, Италия, Новая Зеландия, США).

Интервьюируемыми выступили:

1. Маргарита (50 лет) – 14 лет проживает во Франции. По образованию экономист-бухгалтер. Имеет гражданство Франции, работает при мэрии. Замужем за французом, есть сын (родился во Франции) и дочь (родилась и живет в России). Причина эмиграции: замужество.

2. Елена (41 год) – 2 года живет в Италии. По образованию педагог-психолог. Замужем за итальянцем. Имеет двоих детей: дочь 9 лет, проживающая с ней в Италии и сына 20 лет, живущего в России. Оба ребенка родились в России от первого брака. Причина эмиграции: замужество.

3. Юлия (37 лет) – 4 года живет в Германии. По образованию юрист. Замужем за немцем (также выходцем из бывшего СССР), имеет троих детей, один из которых родился в России от другого брака, двое родились в Германии. Причина эмиграции: замужество.

4. Анастасия (30 лет) – 6 лет живет в Италии. По образованию специалист гостиничного бизнеса. Замужем за русским (эмигрировали вместе), имеет дочь, которая родилась в Италии. Причина эмиграции: муж

поступил на MBA программу в университет, потом ему предложили работу, решили остаться.

5. Виктория (38 лет) – 7 лет живет в Новой Зеландии. По образованию врач. Является постоянным резидентом Новой Зеландии, работает медицинской сестрой в Медицинском центре. Замужем за русским (эмигрировали вместе), имеет двоих дочерей, одна из которых родилась в России, а другая в Новой Зеландии. Причина эмиграции: стремление найти экономически и политически спокойную страну, обеспечить хорошее будущее детям и спокойную старость себе.

6. Эмма (36 лет) – 2 года живет в США, до этого 17 лет проживала в Израиле. Работает медицинской сестрой. Эмигрировала в Израиль по программе студенческого обмена, вышла замуж в Израиле и родила там двоих детей. Сейчас всей семьей переехали в США, выиграв грин-карту. Причина эмиграции: в Израиль-обучение, в США – беспокойная ситуация в плане стран-соседей Израиля.

Вопросы о воспитании детей являлись для всех респондентов исключительно актуальными. Каждая из женщин отметила наличие серьезных отличий в моделях воспитания детей в рамках европейской культуры от русской культуры. Абсолютно все женщины указали на систему «свободного, либерального» воспитания детей: родители детям ничего не запрещают, не повышают на них голоса, отсутствует система наказания, дисциплины нет как таковой. При этом бывшие россиянки видят в данной модели воспитания больше минусов, чем плюсов. Елена (Италия) рассказывает: *«Последствия такого воспитания порождает вседозволенность, лень, вредные привычки. Здесь нет ничего плохого в том, что ребенок остался на второй год, ну так у него сложилось, и вины нет никого: ни ребенка, что ленится и не учился, ни родителей, что позволяли лениться. Дети очень шумные, неорганизованные, недисциплинированные, нетрудолюбивые».*

Респонденты отмечают отсутствие у местных родителей опеки над детьми, стремление прививать детям самостоятельность с малых лет в своих действиях, не нарушать их личное пространство. Например, Маргарита рассказывала, что *«...французские родители не напрягаются с детьми в плане готовки: не варят им каши по утрам, к примеру. Есть специальные смеси с молоком, которые родители могут быстро развести и дать ребенку, чтобы он молча кушал и не мешал. Здесь распространена свобода в воспитании: зимой дети могут прийти в летней одежде и легкой куртке. Летом, наоборот – в шапке, и будут чувствовать себя нормально. Родители им не объясняют, что нужно одеваться по сезону. Дети не приучены к утренней гигиене: как встал с утра, так и пришел в школу. Если ребенок неправильно что-то делает, или у него что-то не получается, родители не объясняют ему этого, он должен сам в этом разобраться».* Также большинство русских матерей отметили слабости в образовательных

программах детей, указали на отсутствие систематичности и контроля в передаче и усвоении знаний, на обучении преимущественно в форме игры, на отсутствие в школе конкурентной среды, атмосферы субординации в отношениях с учителями. Елена, переехавшая с дочерью (9 лет) из России в Италию два года назад, с гордостью рассказывает, что ее ребенок, приехав в чужую страну и не зная ни слова по-итальянски, за неделю выработала технологию, как писать прописью, за 3 месяца выучила язык и в конце года стала лучшей ученицей, сдав при этом экзамен по итальянскому языку на 10 баллов, в то время как некоторые итальянские дети получили по языку оценку в 7 баллов.

На вопрос о стремлении русских эмигрантов воспитывать своих детей в рамках русской культуры, часть высказались положительно, особенно отмечая желание к сохранению возможности владения детьми русским языком. Юлия (Германия) отмечает, что *«...все, кто с постсоветского пространства, читают детям наши книги, смотрят фильмы, мультфильмы. Те, кто отказываются от этого, впоследствии жалеют»*. Другая часть респондентов указала на отсутствие такой возможности, в связи с особенностями местности проживания.

В вопросе связанным со стремлением сохранить свою этнокультурную принадлежность и воспитывать детей в русле русской культуры мнения респондентов сильно разделились. И здесь в ответах интервьюируемых прослеживается стойкая зависимость от их этнического состава семьи. Женщины, вышедшие замуж за иностранца менее склонны прививать своим детям ценности русской культуры, знание русского языка, указывая на косвенные причины, препятствующие этому. Женщины, уехавшие в эмиграцию из России семьей, или вышедшие позже замуж за мужчину с русскими корнями, выступают за обязательность знания русского языка, за необходимость приобщения своих детей к традициям русской культуры, русской системы воспитания.

Таким образом, современная семья российских эмигрантов сталкивается с проблемами воспитания детей в инокультурном пространстве, возникающими как вследствие противоречия попыток сохранения национальной идентичности и необходимости интеграции в новую социокультурную среду, так и в результате различий в воспитательных моделях, которые могут продуцировать конфликтные взаимодействия не только в семье эмигранты, но и с существующими в данном обществе общественными и юридическими организациями.

Список литературы

1. Проблемы детей иммиграции [Электронный ресурс] // Русская Община Калгари. – Режим доступа: <http://immigration-calgaryrussiancommunity.blogspot.ru/p/5.html> – 12.03.2020.

2. Котляр (Корепанова), И.А. Опыт исследования структуры отношения к ребенку у русскоязычных и немецкоязычных родителей, проживающих в Германии / И.А. Котляр (Корепанова) // Современная зарубежная психология. – 2017. – №2. – С.63-71.

3. Никишина, Е.А. Языковое воспитание детей в семьях русских эмигрантов во Франции / Е. А. Никишина // Русский язык в школе. – 2010. – №12. – С. 67-71.

4. Верните Victорию [Электронный ресурс] // Российская газета. – 2013. – 23 апреля. – Режим доступа: <https://rg.ru/2013/04/22/rebenok-site.html> – 16.02.2020.

5. Русские матери – против европейской ювенальной юстиции [Электронный ресурс] // Русский мир. – Режим доступа: https://ruskiymir.ru/publications/86066/?sphrase_id=795891 – 02.04.2020.

ГОРОДСКАЯ СРЕДА В ВОСПРИТИИ НАСЕЛЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ Г. ОРЕНБУРГА)

**Виноградова Э.М., руководитель АНО «Центр социально-политических исследований «Индикатор», профессор, академик РАСН,
заслуженный деятель РОС, г. Оренбург
Перминова М.С., кандидат социологических наук, доцент
Оренбургский государственный университет**

Проблема «города» является одной из наиболее сложных в системе современного социально-гуманитарного знания, т.к. «город» является точкой пересечения всех важных сфер жизнедеятельности человека. Город – это и экология, и экономика, и повседневная жизнь его жителей, и культура, и макросоциальные процессы и многое другое. Но, кроме того, город – это еще и искусственная среда обитания человека: совокупность архитектурно-инженерной инфраструктуры. Он является аккумулятором человеческой мысли, чувств, действий человека.

Сегодня можно говорить о двух взаимосвязанных сторонах городской среды. Она выступает как комплекс условий жизни людей, «потребляющих» среду, удовлетворяющих свои потребности, что находится в прямой зависимости от качества среды. Одновременно, городская среда является совокупностью условий для творческой деятельности, формирующей новые направления в науке, искусстве, культуре и т.д. Соответственно, под городской средой сегодня понимается конкретная предметно-пространственная и социальная обстановка, которая окружает человека на городских улицах, в общественных местах, на работе, дома — все то, что составляет общий фон, на котором, при участии всего множества составляющих его элементов, протекает повседневная жизнь людей в урбанизированном пространстве, а также совершаются все городские процессы [1].

Возможность создания благоприятной городской среды в значительной степени определяется путями и методами решения социально-экологических проблем, а также жилищным, торгово-бытовым, транспортным и коммунальным обслуживанием, возможностями рациональной организации досуга. Благоприятная городская среда включает в себя также решение вопросов, которые определяют социальное настроение и самочувствие людей, их удовлетворенность местом жительства.

Понятие установки на устойчивое развитие города и гармонизацию его жизненной среды означает изменение всей системы городских отношений. При этом объектом управленческих усилий становятся, прежде всего, люди и их отношения, а средством их регулирования институциональные инструменты (ценностные предпочтения, оценки ситуации, представления о

городе и городском образе жизни). От того, как и к кому будут применяться эти усилия и будут зависеть направленность, темпы и издержки городского развития. Город демонстрирует радикальное услужение системы причинно-следственных связей, действующих в обществе, экономике, политике, культуре.

Данное социологическое исследование можно представить как попытку понять особенности городской среды, при этом особое внимание уделяя единству экономических, экологических и социальных процессов. Исследование было проведено методом анкетирования. По квотно-стратифицированной, неповторной, многоступенчатой выборке было опрошено 350 человек. В качестве квот выступали такие критерии, как пол, возраст, образование и район проживания респондентов. Среди респондентов мужчины составили 46%; женщины – 54%. По возрасту респонденты распределились следующим образом: 18-29 лет – 29%; 30-49 лет – 32%; 50-59 лет – 16%; 60 лет и старше – 23%. В исследовании приняли участие 11% респондентов с полным общим образованием; 51% респондентов - со средним профессиональным образованием; 38% - с высшим или неоконченным высшим образованием. 47% опрошенных респондентов проживают в Ленинском районе г. Оренбурга; 23% - в Дзержинском районе; 16% респондентов – в Центральном районе и 14% - в Промышленном районе г. Оренбурга.

По результатам опроса, наиболее проблемной для населения продолжает оставаться сфера материального обеспечения (см. таблица 1).

Таблица 1 – Уровень материального благополучия респондентов (в %).

Варианты ответов	Итого	Муж	Жен	18-29 лет	30-39 лет	50-59 лет	60+ лет
Высокий, материальных затруднений нет	4	6	2	7	4	-	3
Сравнительно высокий, можем позволить себе кое-что из роскоши	18	20	19	28	18	17	8
Средний, живем более или менее прилично, без видимой роскоши	54	51	57	49	63	52	47
Низкий, живем бедно, едва сводим концы с концами	20	19	17	12	10	25	35
Очень низкий, живем ниже «черты бедности», денег не хватает даже на необходимое	4	4	5	4	5	6	7

Наблюдаются некоторые различия при оценке респондентами материального положения. Доля людей, которые определяют свое положение бедственным, составила 24%. В возрастной группе 18-29 лет – 35% респондентов оценили свое материальное положение как высокое и сравнительно высокое, а в группе 60 лет и старше – 42% как низкое и очень низкое. Поляризация опрошенных по возрастным категориям характеризует не только различия в стиле и образе жизни, определяемые потребностями, но и различия в оценках городских проблем.

Одним из основных факторов, определяющих восприятие населением «качество собственной жизни», является «степень благоприятности» социальной ситуации, сложившейся в городе. Оценки респондентов ситуации в различных сферах жизни города представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Оценка респондентами ситуации в различных сферах жизни города (в %)

Варианты ответов	Здравоохранение	Образование	Жилищная сфера
Хорошее	11%	14%	13%
Скорее хорошее	26%	35%	33%
Скорее плохое	33%	28%	24%
Плохое	23%	14%	22%
Затрудняюсь ответить	7%	9%	8%

Исходя из представленных выше результатов, жители г. Оренбурга ситуацию в сфере здравоохранения оценивают как скорее плохую (33%). Положение дел в сфере образования в большинстве оценивается как скорее хорошее (35%). Жилищную сферу горожане оценили как скорее хорошую (33%). Таким образом, можно говорить о том, что жители города Оренбург больше обеспокоены проблемами в системе здравоохранения, т.к. в характеристике состояния дел в здравоохранении суммарно 37% положительных оценок; в сфере образования – 49%; в жилищной сфере – 46%.

Оценка респондентами изменений ситуации в социальной сфере за последний год представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Оценки изменений за последний год ситуации в следующих сферах жизни г. Оренбурга (в %)

Варианты ответов	Здравоохранение	Образование	Жилищная сфера
В целом улучшилась	14%	16%	24%
Не изменилась	50%	46%	41%
В целом ухудшилась	25%	23%	21%
Затрудняюсь ответить	11%	15%	14%

Относительно большинство опрошенных не видят каких-либо существенных изменений.

Ответы респондентов на вопрос «Приходилось ли Вам, а также Вашим близким и знакомым напрямую (устно или письменно) обращаться в те или иные органы местного самоуправления?» представлены на рисунке 1.

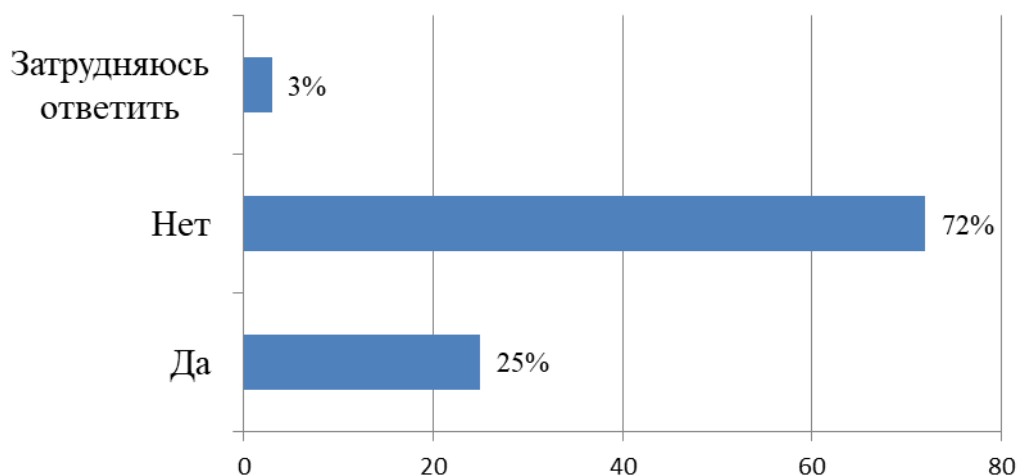


Рисунок 1 – Приходилось ли Вам, а также Вашим близким и знакомым напрямую (устно или письменно) обращаться в те или иные органы местного самоуправления?

Больше половины граждан никогда не обращались в органы местного самоуправления - 72% опрошенных. Стоит отметить, что если респонденты не обращались в те или иные органы местного самоуправления, это не означает, что нет проблем, которые волнуют горожан. Многие респонденты, во время опроса отмечали, что не обращаются, т.к. считают, что никакого решения своих проблем они не получают.

Чаще всего для решения проблем горожане обращаются в жилищные организации, Министерство здравоохранения, Управление социальной защиты, Управление образования. Самый высокий уровень обращений горожан по жилью, ЖКХ, разрешительные обращения в Комитет градостроительства и архитектуры и службы социальной защиты (Центральный, Промышленный, Ленинский районы г. Оренбурга); средний уровень обращений по вопросам здравоохранения и образования и к главе города; низкий уровень обращений в Городской совет и в общественные организации. По результатам обращений стоит отметить, что доля позитивных и негативных откликов по результатам этих обращений примерно одинаковы – 23% респондентов, обратившихся в ту или иную инстанцию, остались удовлетворены результатом, 27% - нет. Более всего довольны исходом обращений жители Ленинского и Дзержинского районов, меньше довольных в Промышленном районе.

Весьма показательно, что при обращении в различные инстанции респондентам пришлось больше сталкиваться с негативными моментами: формальное отношение, очереди, большое количество документов,

переадресовка другим должностным лицам. Обращает на себя внимание тот факт, что более половины опрошенных считает, что значительное число обращений – это результат недоработки власти (58%), что же касается мотивации обращений в органы местного самоуправления, то они самые разные – от соблюдения прав до семейных неурядиц.

Анализ результатов исследования также показал, что среди горожан наиболее высокие оценки получили услуги торговли и связи, низкие оценки – экологическая обстановка и сфера бытового обслуживания. Уровень строительства нового жилья большинство респондентов оценивают как хороший (48%); уровень содержания существующего жилищного фонда, работу домоуправлений и жилищных компаний и деятельность ТСЖ большинство горожан отмечают как средний (53%, 53% и 48% соответственно). В отношении содержания и ремонта дорог большинство горожан выражали беспокойство за качество дорог в городе. Однако в настоящее время в городе идет капитальная реконструкция многих улиц города, при этом ремонтируется не только дорожное полотно, но и благоустраивается близлежащая территория. За последние годы город значительно преобразился, стал более благоустроенным и зеленым. В ходе опроса респонденты оценивали степень благоустройства их района проживания, так, самые высокие оценки получили Дзержинский (76%) и Ленинский район (47%), самые низкие оценки - Промышленный район г. Оренбурга (6%).

Подводя итог отметим, что в ходе данного исследования были определены стартовые условия развития города в контексте перехода на новые принципы развития, очерчен круг наиболее важных, по мнению жителей г. Оренбурга проблем, характерных как для всего города, так и для отдельных районов и территорий внутри города, определены первоочередные доступные органам муниципального управления зоны и направления развития, на которых целесообразно сосредоточить управленческие усилия.

Список литературы

1. Ануфриев, А.А. Социология городской среды как целостная концепция жизнедеятельности человека / А.А. Ануфриев // Технические науки: проблемы и перспективы: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, июль 2016 г.). – Санкт-Петербург: Свое издательство, 2016. – С. 103-108. - Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/tech/archive/166/10800/>. – (дата обращения: 14.05.2020).
2. Дридзе, Т.М. Человек и городская среда в прогнозном социальном проектировании / Т.М. Дридзе // Общественные науки и современность. – 1994. – № 1. – С. 131-138.

3. Ильмухин, В.Н. Городская среда как фактор детерминации поведенческих практик: варианты социологической концептуализации / В.Н. Ильмухин // Вестник РУДН, серия Социология. – 2014. – № 3. – С. 87-98.

4. Яровой, В.А. Влияние архитектуры городской среды на психологию поведения человека / В.А. Яровой // Вестник ХДАДМ. – 2009. – № 5. – С. 170-174.

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК ОДИН ИЗ ВИДОВ СОЦИОКОММУНИКАТИВНОЙ ТЕХНОЛОГИИ

**Баканов П.В., Ребрий Е.А., студенты 1-го курса магистратуры
Санкт-Петербургский государственный университет**

Реклама и связи с общественностью – это сфера, где чаще всего применяются социокommунитивные технологии, под которыми чаще всего понимают совокупность различных приемов, процедур, техник, схем конструирования, передачи, обмена, изменения и использования смысловых содержаний в различных знаково-символических формах человеческой деятельности.

Как и любая другая сфера изучения, сфера социокommунитивных технологий характеризуется наличием субъектов и объектов. Субъектами данных технологий, как правило, являются акторы, которые непосредственно используют социокommунитивные технологии в своей профессиональной деятельности: различные отделы рекламы и PR, редакции, менеджеры по продажам, ивент-менеджеры и т.д.

Объектами социокommунитивных технологий являются, соответственно, те, на кого воздействуют субъекты – то есть, в случае с рекламой и PR, целевая или контактная аудитории, определенная группа людей, а также общественное мнение или общество в целом [6].

Реклама в качестве определенного вида деятельности – это определенная коммуникационная модель, которая позволяет собрать, распространить и сформировать определенное мнение о продукте и услугах рекламодателя. При этом в роли последнего может быть как какие-либо предприятия или организация, так и отдельно взятый человек. Как правило, эта деятельность носит материальный характер, целью которой является воздействие на целевую потребительскую аудиторию [11].

То, как человек воспринимает рекламу, зависит от двух групп факторов – внутренних и внешних. К первой группе относят личные характеристики потребителя – его здоровье, жизненный опыт, ценностные установки и другие психологические составляющие. Ко второй группе, в свою очередь, относят состояние окружающей среду – определенные погодные условия, нахождение в какой-либо социальной среде и то, как она на человека влияет. От того, насколько верно и точно рекламодатель выявит психологические факторы, влияющие на целевую аудиторию, во многом зависит успешность рекламной коммуникации. Данная информация позволяет влиять на психическое состояние человека так, как требуется рекламодателю – потребитель получает психологические установки на определение отношения к рекламной продукции, проявляющейся в ходе исполнения различных моделей поведения.

Такой вид коммуникации, как реклама, трактуется теоретиками как социальное явление, поскольку вне социума данная коммуникация невозможна.

В социальной среде реклама имеет очень сильное влияние. Она воздействует на огромное число потенциальных покупателей продукции, формирует в их сознании некоторую модель поведения, необходимую рекламодателю, а также вырабатывает определенный образ покупательского мышления. Нередко реклама также направлена на то, чтобы повысить у населения потребность в приобретении товаров для потребителей более высоких слоев; это дает людям некий толчок к тому, чтобы дольше работать, больше зарабатывать и тратить свои средства на лучшие потребительские блага. Таким образом, человек становится более целеустремленным в достижении поставленных задач своей деятельности, что в будущем становится «мостом» к лучшему стилю жизни.

Одним из основополагающих факторов, который определяет специфику рекламы, является её социально-психологический аспект, который заключается в том, насколько широко она может воздействовать на сознание аудитории. Социальные технологии в данном случае основываются на устоявшихся и закреплённых в обществе нравственных и моральных идеалах и ценностях, которые позволяют привлечь внимание определенных социальных групп, а также установить с ними диалог по поводу распространения своей продукции или услуг с учетом социального статуса каждого члена данной группы. Психологические технологии, в свою очередь, выделяют точки соприкосновения рекламодателя с членами целевой аудитории, способные впоследствии повлиять на их эмоциональное и психическое состояние. Именно поэтому нельзя забывать и о таком аспекте изучения, как психология рекламы, которая поможет более умело управлять вышеперечисленными технологиями [12].

Многие теоретики, изучающие рекламную коммуникацию, выделяют социальную рекламу как особый социокоммуникативный процесс, где заказчик при помощи общественных посредников воздействует на целевую массовую аудиторию ради изменения характеристик поведения её членов для решения возникающих социальных проблем, а также их присоединения к активной работе в данной сфере общественной жизни.

Структура социальной рекламы содержит следующие составляющие:

Во-первых, основание – это совокупность определенных рекламных обращений, целью которых является донесение до аудитории определенного нравственного стремления, которое передается агентами перемен ради достижения положительной реакции на разрешение определенной общественной проблемы.

Во-вторых, агент перемен – это отдельный индивид или же общность людей, а также какая-либо организация или учреждение, являющееся

инициатором определенной социальной рекламной кампании, созданной ради внесения серьезных ценностных изменений в обществе.

В-третьих, целевая аудитория социальной рекламы, являющаяся объектом социокоммуникативной деятельности агентов перемен, от которой ждут изменений своих ценностных, моральных и нравственных ориентиров.

В-четвертых, каналы распространения социальной рекламы – связующие элементы, в которых рекламодатели размещают свои послания и в которых проходит процесс взаимодействия агентов перемен и аудитории.

И, наконец, стратегия изменения – ценностно-ориентированная совокупность различных социокоммуникативных действий, которая должна быть усвоена аудиторией в случае успешного проведения рекламной кампании [2].

Основной работой разработчика социальной рекламы является не только поиск самой подходящей формы для передачи нравственной идеи и ценности рекламы. Она должна быть создана так, чтобы творческий аспект рекламы не затмевал социальную, в противном случае зритель увидит и запомнит только интересную «оболочку» послания, а главная составляющая социальной рекламы – моральная – откинется на задний план и будет забыта. При помощи различных форм, как текстовых, так и дизайнерских, создателем должно быть обращено внимание именно на определенный аспект социальной рекламы, она не должна превращаться лишь в объект эстетического наслаждения.

Исследователи рекламных коммуникаций часто отмечают, что аудитория с пониманием и терпимостью относится к социальной рекламе, в то время как обычную, коммерческую они отвергают, причем нередко – в откровенной форме. Объясняется это тем, что природа социальной рекламы призывает аудиторию вспомнить о общепризнанных ценностях, которых не зацеклены на получении наибольшей выгоды. Происходит это по следующим причинам.

Во-первых, каждый человек, который был воспитан в обществе и прошел процесс социализации, по идее должен уметь сопереживать другому в случае возникновения у него каких-либо социальных проблем или по собственному желанию, или же из страха нарушить собственное благополучие. Во-вторых, для современного человека коммерческая реклама стала делом обыденным, и он спокойно может определить многие манипулятивные приемы, используемые рекламодателями. Таким образом социальная реклама является для него определенным «отдыхом», когда не надо задумываться о том, какие товар или услугу ему хотят «впихнуть». К тому же, увидев социальную рекламу, некоторые хотят помочь попавшим в беду решить сложившуюся проблему. Наконец, социальная реклама, как правило, влияет на аудиторию сильнее, нежели коммерческая, и вызывает больше эмоций. Из-за этого определенный чувственный фон сохраняется

дольше, что позволяет зрителю полностью проникнуться ценностными идеалами нравственности [13].

В социальной рекламе также очень важен аспект манипулирования эмоциональными мотивами, поскольку человек часто пытается избавиться от какого-либо отрицательного социального опыта путем совершения какого-либо положительного поступка. Например, мотив страха часто используется в различных социальных рекламах, которые направлены на борьбу с алкогольной, никотиновой и любой другой наркотической зависимостью [16].

Похожей техникой решила воспользоваться бразильская рекламная компания Terremoto Propaganda, которая выпустила плакаты, призывающие людей не садиться за руль в состоянии алкогольного опьянения. Дополняла изображение фраза: «Останови насилие: не води автомобиль в нетрезвом виде». Это – достаточно новый аспект понимания проблемы алкоголизма, который в последнее время становится особенно актуальным (см. рисунок 1).



Рисунок – 1 Бразильская социальная реклама против алкоголизма

Однако не всегда рекламодатели акцентируют внимание аудитории на каких-либо негативных эмоциях. Например, английская компания Hubbub решила использовать положительные эмоции и воспоминания своей аудитории, а именно – любовь к футболу, чтобы сократить количество мусора на улицах (см. рисунок 2). Суть данной рекламной кампании заключалась в том, что в рекламном проекте содержалось предложение проголосовать за одного из двух футболистов, выбросив окурок в один из двух контейнеров.



Рисунок – 2 Английская рекламная кампания по уменьшению количества мусора на улицах

Основой любой социальной рекламы является нравственный мотив, напоминающий аудитории, что ценность порядочности и справедливости долговечна и способна обогатить любого человека, а долгом его является решение различных социальных проблем. Некоторое время назад организация, руководящая общественным транспортом Франции, разместила следующую социальную рекламу в автобусах и метро (см. рисунок 3). Основной идеей данной рекламы было донести до пассажиров то, что человек должен оставаться человеком и уважать других людей.



Рисунок – 3 Социальная реклама в ОТ Франции

Мотив шока нацелен на определение у человека чувства морали. В этом случае он погружается в ситуацию, когда отрицательный эмоциональный настрой социальной рекламы заставляет его совершить поступок, который поможет ему впоследствии избавиться от последствий полученной негативной информации: пожертвование, избавление от дурных

привычек, помощь какому-либо социально незащищенному слою населения, соблюдение принципов гражданской ответственности. Подобными способами реципиент может удалиться от реалий, предложенных социальной рекламой.

Очень похожими коммуникативными техниками воспользовалось агентство TBWA\Hunt\Lascaris из африканского Йоханнесбурга. В одном из супермаркетов города в продуктовых корзинках они разместили фотографии детей, протягивающих руки с просьбой дать им какую-либо еду, воду или же средства на пропитание. Изображения дополняла надпись: «Видите, как легко можно накормить нуждающихся?» Данная реклама может вызвать у зрителя серьезную эмоциональную реакцию, которая может побудить его совершить добрый поступок – пожертвовать денежные средства или какие-либо товары тем слоям населения, которые не могут обеспечить себя самостоятельно (см. рисунок 4).



Рисунок – 4 Продуктовые корзины в одном из супермаркетов Йоханнесбурга

Подражание в социальной рекламе используется в тех случаях, когда необходимо показать контраст между наличием социальной проблемы и ее разрешением в течение сюжета социальной рекламы. Например, в первом случае демонстрируется человек с наркотической зависимостью со всеми шокирующими подробностями его образа жизни. Но уже во втором случае перед нами предстает тот же человек, но уже здоровый и справившийся со своей нравственной проблемой. Обычно инструментами, которые помогают справиться с зависимостями, выставляют спорт, экстремальные увлечения, живопись и музыку [7].

Как видно из всех вышеперечисленных примеров, чаще всего рекламодатели не закливаются на применении какой-либо одной конкретной социокоммуникативной технологии. Они грамотно сочетают

различные аспекты и мотивы, которые позволяют сделать социальную рекламу ещё более эффективной и запоминающейся.

В социальном рекламном плакате текст занимает чуть ли не господствующее положение, так как без его участия графический компонент теряет свою эффективность, тогда как выдвигаемый лозунг без изображения вполне может существовать в коммуникационном пространстве адресата. Единственный случай, когда изображение может обойтись без сопроводительного текста – это вариант, при котором на рисунке наблюдается четкая вербальная мысль, осознаваемая реципиентом без слов. Иногда идеальная композиция нарушается логотипом бренда причастного к проводимой социальной кампании. В другом случае рисунок и текст взаимно дополняют друг друга, и тогда в разрыве они становятся бессмысленными. Вариант, где текстовая составляющая является главной в рекламном плакате, технически совершенствуется применением различных тематических шрифтов и начертаний, которые придают написанным словам осязаемую форму. Но, несмотря на такое простое исполнение, данная методика требует тщательной подготовки как от дизайнера, так и от разработчика текста [10].

Невозможно переоценить важной рекламы и рекламной коммуникации в современном мире. Она стремительно вторгается в наши жизни и занимает практически все виды информационно-коммуникационных пространств – радио-эфиры, теле- и компьютерные экраны, журналы и другие печатные издания, стены домов и улицы, транспорт и даже дорожное покрытие. За последние несколько десятилетий реклама совершила огромный скачок вперед и укоренилась практически во всех сферах жизни человека. Качественно созданные рекламные сообщения могут даже выполнять эстетическую функцию в накоплении культурного наследия человечества. Некоторые рекламные продукты различных исторических эпох, которые смогли дойти до нашего времени, сейчас становятся образцами истинных примеров искусства: плакаты, созданные В. Маяковским, рекламные проспекты художника А. Тулуз-Лотрека, различные видеоролики Д. Линча, К. Лелюша и Н. Михалкова – вот лишь небольшой список рекламных посланий высокого уровня исполнения. Они являются хорошим средством формирования чувства вкуса у своей аудитории [1].

Социальная реклама, в свою очередь, соединяет в себе огромное количество разнообразных техник, приемов, методов и способов социального, психологического влияния и манипулирования целевой аудиторией. А распределение смысловой и экспрессивной нагрузки между вербальными и невербальными аспектами как простого рекламного сообщения, так и сообщения, заложенного в социальной рекламе, требует дальнейшего тщательного и глубокого исследования.

Список литературы

1. Апфельбаум, С. Реклама в сфере исполнительного искусства / С.Апфельбаум, Е. Игнатьева. - М.: Классика-XXI, 2011. – 210 с.
2. Белянин, А.Б. Социальная реклама как коммуникативный ресурс управления / А.Б. Белянин. – М.: РАГС, 2012. – 400 с
3. Белянин, А.Б. Социальная реклама: сущность и информационно-коммуникативные функции / А.Б. Белянин. – СПб.: Питер, 2011. – 160 с.
4. Буткевич, Ю.А. Реклама как форма социальной коммуникации / Ю.А. Буткевич, В.В. Крикунова. – СПб.: Питер, 2013. – 323 с.
5. Гавра, Д.П. Социально-коммуникативные технологии: сущность, структура, функции / Д.П. Гавра // Академическая и специальная литература. – URL: https://www.studmed.ru/gavra-dp-socialno-kommunikativnye-tehnologii-suschnost-struktura-funkcii-statya_197c941406e.html– (дата обращения: 19.05.2020).
6. Гостенина, В.И. Социология массовой коммуникации / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. – М. ИНФРА – М., 2011. – 350с.
7. Коломиец, В.П. Реклама в социологическом видении / В.П. Коломиец. – СПб.: Питер, 2014. – 523 с.
8. Комаровский, В.С. Управление общественными отношениями / В.С. Комаровский. – М.: РАГС, 2012. – 400 с.
9. Марков, А.П. Проектирование маркетинговых коммуникаций: Рекламные технологии / А.П. Марков. – СПб.: Нева, 2011. – 345с.
10. Николайшвили, Г.Г. Социальная реклама: Теория и практика / Г.Г. Николайшвили. – М.: Аспект-Пресс, 2011. – 236 с.
11. Подгурецки, Ю.Н. Социальная коммуникация / Ю.Н. Подгурецки. – М.: Гелиос АРВ, 2012. – 345 с.
12. Полукаров, В.Л. Рекламная коммуникация / В.Л. Полукаров. – М.: Эксмо, 2010. – 330 с.
13. Рюмшина, Л.И. Манипулятивные приемы в рекламе / Л.И. Рюмшина. – М.: МарТ, 2010. – 387 с.
14. Степанов, Е. Социальная реклама в России: генезис, жанры, эволюция / Е. Степанов. – М.: Вест-Консалтинг, 2015. – 326 с.
15. Федотова, Л.Н. Социология рекламной деятельности / Л.Н. Федотова. – М.: Изд-во МГУ, 2010. – 530 с.
16. Фетисов, Э.Н. Эффективность социальной рекламы / Э.Н Фетисов, С.Б. Калмыков. – СПб.: Питер, 2012.- 523 с.

ПРОБЛЕМА ОДИНОЧЕСТВА В ВЕК ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

Салимгиреева Е.А., студент
Уральский Государственный Экономический Университет,
г. Екатеринбург

Аннотация: В статье рассматривается актуальная проблема для всего человечества – проблема одиночества. Приводятся данные по количеству одиноких людей в России, а также рассматривается влияние одиночества на экономику страны. Статья затрагивает вопрос одиночества в век информационных технологий в развитых странах, делаются выводы по решению проблемы одиночества в будущем.

Ключевые слова: одиночество, глобальная экономическая и государственная проблема, инфантилизм, информационная депривация, хикикомори

Проблема одиночества – это актуальная проблема для всего человечества, для развитых и развивающихся стран. Исследование проблемы одиночества особенно актуально в связи с особенностями развития общества XXI века. Под особенностями понимают: высокая скорость изменений в культуре, значительное расслоение общества, отсутствие контактов между людьми в больших городах и разобщенность людей. Все это, в конечном счете, создает предпосылки к развитию одиночества.

В свете современных представлений об одиночестве могут быть выделены две тенденции в его изучении:

- первая – трактовка одиночества как психического состояния или субъективного переживания;
- вторая – представление об одиночестве как преимущественно негативном состоянии и переживании [1].

Большое внимание в последние годы уделяется разработке, анализу, оценке эффективности социально-психологических и психотерапевтических методов помощи людям, остро переживающим одиночество. Кроме того, часть исследований затрагивает и общие, социально-философские аспекты одиночества. Несмотря на то, что на сегодняшний день в рамках научной литературы существует достаточное многообразие представлений об одиночестве, подходов к его рассмотрению, единого, целостного представления о феномене нет [1].

В России количество одиноких людей особенно в крупных городах растет с каждым годом. Опрос населения нашей страны показал, что только 7 % признают и осознают, что они действительно одиноки. В реальности масштабы проблемы гораздо значительней. Одна из причин кроется в том, что многие люди психологически не готовы принять тот факт, что они

одинок. Ведь еще совсем недавно считалось, что если человек одинок, то он неуспешен, т.е. это человек- аутсайдер.

Но быть одному и чувствовать себя одиноким – это разные вещи. Одиноким можно чувствовать себя и в коллективе, и в семье, и среди друзей. По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения в стране проживает около 10-11 миллионов одиноких людей. Самое поразительное заключается в том, что большую часть этих людей составляют социально и экономически активные молодые люди. Данная цифра – огромное количество, если бы таких людей собрать на одной местности, то получился бы мегаполис, по масштабам сравнимый с Москвой.

Проблема одиночества – экономическая проблема. С одной стороны люди предпочитают оставаться одинокими из-за нехватки финансов, отсутствия жилья и т.д. А с другой стороны все больше и больше людей, особенно в возрасте 25-40 лет, проживающих в крупных городах, сознательно выбирают одиночество. И не по экономическим причинам. Ученые отмечают, что в крупных городах появился особый слой людей, которые придерживаются «городских индивидуалистических ценностей». Для них на первое место выходит карьера, творчество, саморазвитие. Все это гораздо важнее, чем семья, дети, друзья.

В Китае в январе 2018 года появился термин «Экономика одиночества». В Китае одиноких людей – более 200 миллионов человек, но там это не рассматривается как проблема. Скорее наоборот, одинокий человек более продуктивный и успешный, а значит более выгодный для экономики в целом, ведь, согласно исследованиям, среднестатистический китаец, состоящий в браке, зарабатывает 348\$ в месяц, а одинокий – 420-570\$.

В Западных странах, наоборот, одиночество рассматривается, как экономическая и медицинская проблема. Во-первых, согласно исследованиям Brigham University, одиночество сокращает жизнь на 15 лет. Во-вторых, одинокий человек чаще страдает от бессонницы, депрессии, кардиозаболеваний, что приводит к дополнительным расходам на медобслуживание. Британская Business School of Economics опубликовала результаты исследования в 2017 году, согласно которым каждый одинокий человек обходится Великобритании в 7800\$ в год дополнительных расходов на медобслуживание, а также каждый фунт, вложенный в программы по борьбе с одиночеством, экономит 3 фунта на медобслуживание.

При рассмотрении одиночества с точки зрения его влияния на экономику можно отметить ряд проблем, а именно: насколько эффективен одинокий человек в обществе с точки зрения экономики, какова его производительность труда, как он влияет на производство и потребление. С одной стороны, если человек один, то, заработав необходимую сумму для оплаты обязательных платежей и своих потребностей в еде, одежде, развлечениях, нет мотивации стремиться к большему. С другой стороны,

существует демографическая угроза – ведь одинокие люди не дают новых потребителей и новой рабочей силы, а это, в свою очередь, оказывает негативное воздействие на экономику.

В наши дни некоторые ученые видят причину увеличения количества людей-одиночек в развитии соцсетей и инфантилизме самих людей. Инфантильные люди, незрелые в плане социально-психологического восприятия мира, видят социальные сети (инстаграм, телеграмм и др.), пестрящие изображениями свободы одиноких людей, проявляющейся в разных экзотических путешествиях, в выборе места жительства, работы, хобби и многим другим. Увидев яркие картинки «райской одинокой» жизни, люди невольно начинают думать, действительно ли они что-то кому-то должны и обязаны.

Для крупной компании взять на работу человека-одиночку, не обремененного семьей, а следовательно, никакими обязательствами, это выгодно. Такого человека можно отправлять в командировку, оставлять на работе сверхурочно. Также выгодно для производителей общество одиночек, ведь каждый одинокий человек в сумме приобретет больше бытовой техники, по сравнению с целой семьей.

Ученые связывают увеличение количества одиноких людей с развитием IT-технологий, с прогрессом. Особенно это актуально для развитых стран. Компьютерные технологии так сильно проникли в нашу жизнь, что сегодня для многих людей нет совершенно никакой необходимости в общении «вживую», куда-то выходить с друзьями, приглашать кого-то в гости. В таком случае происходит тик называемая информационная депривация, т.е. замена реального общения виртуальным. Человек все время один, и это не доставляет ему никакого дискомфорта. Эта проблема переходит уже в разряд государственных, а не только социальных. Возьмем для примера Японию – одну из самых технологически развитых стран. В этой стране уже появился специальный термин для людей, которые сознательно стремятся к жесткой социальной изоляции и уединению – «хикикомори». В Японии таких людей уже насчитывается более 700000 [2]. Японское Министерство здравоохранения указывает на то, что этой тенденции подвержены больше мужчины, чем женщины, так как на мужчин оказывается большее давление со стороны общества. Некоторые хикикомори провели в полной изоляции от внешних контактов 3-5 лет и абсолютно счастливы, что не может не вызывать беспокойство. В России это явление только начинает набирать обороты и статистика не ведется.

Конечно, как и в любом явлении, в одиночестве можно найти и положительные и отрицательные стороны. Для предприятий одиночки имеют свою выгоду, но для государства такие люди таят огромный потенциал опасности. И чтобы принимать верные решения на государственном уровне, планировать государственную политику в разных сферах жизни: экономической, политической, социальной, необходимо уделять внимание и

изучать проблему людей-одиночек, их положительное и отрицательное влияние на экономику страны и на государство в целом.

Список литературы

1. Слободчиков, И.М. Современные исследования переживания одиночества / И.М. Слободчиков // Психологическая наука и образование. – 2007. – Том 12. – № 3. – С. 27-35.

2. Тихоцкая, И.С. Изменения в жизненном цикле японцев и место молодёжи в современном обществе / И.С. Тихоцкая // Выпуск XXXII. История и культура традиционной Японии. Под ред. Смирнова И. С., отв. ред. Мещеряков А. Н. – Москва: Наталис, 2010. – 480 с.

3. Э. Моррисон – Об экономике одиночества [Электронный ресурс] / Э. Моррисон. – URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2012/0519/gazeta040.php>.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНЦЕПЦИИ САМОИНДЕНТИФИКАЦИИ ЛИЧНОСТИ (ОТ У. ДЖЕМСА ДО ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ)

Стрелец М.Ю., студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

Общепризнанным качеством «*homo sapiens*» или «человека разумного» выступает его самосознание: восприятие и оценка собственного существования в социальном поле. Здесь он является, одновременно, объектом и субъектом самопознания, тем, что познается и тем, что выступает в качестве исследователя самого себя.

Концепция видного американского философа – идеалиста и персонолога, основателя прагматизма Уильяма Джемса (1842-1910) пролила свет на многие интенсивно изучаемые сейчас проблемы психологии и социологии «Я»: самосознания, самооценки, «образа самого себя» и т.п. Одним из первых он развел объектный и субъектный аспекты личности, обозначив первый как «эмпирическое Эго», а второй – как «чистое Эго».

Предметом самосознания выступают:

- 1) состав личности;
- 2) переживания и самооценка личности;
- 3) её собственные поступки, социальная жизнь, результирующая первые два компонента и направленная на самосохранение (объективный план) и на «заботу о себе» (субъективный план).

Основой здоровой личности выступает тождественность «эмпирического» и «чистого Я», которая, при этом, не препятствует выделению его составных элементов: физических, социальных и духовных.

К первому (физическому) Джемс отнес телесную организацию человека и то, что он называет «своими»: одежду, дом, поступки, материальные блага.

Социальная личность, будучи продолжением физической, образуется признанием «Я» другими представителями рода человеческого, чьи отношение и оценка для него особенно важны. Широта и качество признания формирует социальную личность не меньше, чем её собственные представления о себе. У. Джемс приходит к мысли о множественности у человека его социальных личностей, о их связи с количеством признавших его людей, мнением которых он дорожит.

К составу духовной личности Джемс относит соответствующие свойства, состояния и способности человека, некоторые из которых составляют ядро, или «самость Я». В системе телесного, социального и духовного планов социальный уровень бытия является интегратором и медиатором (посредником) всего индивидуального состава, что обуславливает значимость социологического аспекта концепции Джемса.

Идентификация социальной личности на основе чувств дружбы и любви, желания обратить на себя внимание, достичь славы, влияния и жизненного успеха предполагает соединение личных и общественных целей, физических и духовных инстинктов. Подобная интеграция, однако, замечает Джемс, не приводит к равно успешной самореализации в различных сферах деятельности и достижению всех желаемых благ, так как деятельность «миллионера не мирится с идеалом святого; филантроп и бонвиван – понятия несовместимые; душа философа не уживается с душой сердцеда в одной телесной оболочке» [2].

Задачей заботы о своем «Я» становится глубокое самоисследование и развитие его сильнейшей стороны, коренящейся в характере. В целом же, наша самооценка и довольство собой обусловлены правильным выбором дела, к которому мы предназначены. Джемс, далее, приводит «формулу» самоуважения, где она имеет вид дроби: в числителе – успех, а в знаменателе – притязания человека на него. Отказ от притязаний приносит не меньшее облегчение, чем их реальное осуществление. Удары судьбы не так чувствительны при отречении от иллюзий – таково стоическое правило «счастья» [2].

Существует, однако, и иной путь: не самоограничения, а, наоборот, расширения личностных притязаний, которое компенсирует неуспешность ряда действий человека богатством содержания его жизни, эмоциональной полнотой и гордостью за решимость в осуществлении малореалистичных целей.

У. Джемс исследовал, также, тождество в личности как познаваемом объекте: настоящее её состояние, с точки зрения базовых характеристик, идентично прошлому и будущему, в противном случае невозможны были бы и принятие решений в социальном поле действий, и ответственность за них.

В отличие от психологического чувства личностного тождества, социологическая сторона проблемы идентичности связана с функциональным тождеством, с устойчивыми паттернами приобретенного поведения взаимодействующих социальных субъектов, с освоением индивидами коллективного опыта интеракции. В случае недостижения такого тождества реальность воспринимается человеком как враждебная, чужая. Возникает потребность в построении контрреальности, а это приводит либо к маргинализации личности, к оценке своего положения как «проигрыш», либо к столь же неадекватному восприятию себя как «уникального избранника Бога или судьбы, с особой «миссией» и пр.

Напротив, успешная социализация, результированная в статусно-ролевом признании индивида, в приобретении им «веса в обществе» воспринимается как заслуженный итог правильной (праведной или просто умной) жизни. «Выбор себя истинного», или адекватная профилизация идентичности, победа того или иного её типа предполагает совпадение индивидуального и социального векторов развития личности. Отсюда ясно,

что, в целом, психологическая концепция идентичности У. Джемса и допускает, и требует её социологического дополнения.

Выбор может оказаться «индивидуалистским»: «индивидуалист» возникает как специфический социальный тип, у которого есть по крайней мере потенциал для миграции по множеству доступных миров и который добровольно и сознательно конструирует «Я» из «материала» различных ему идентичностей» [1].

С точки зрения социума, не вполне желательны оба типа идентичности – индивидуалистского и конформистского, – как крайних позиций на шкале «согласия – несогласия» человека с предлагаемой ему версией социальной реальности, с системой стандартных паттернов поведения «типичной» культуры. Социум допускает известный диапазон самоидентификации, обусловленный наличием разнообразных общественных интересов и групп. Проблемы создает ломка социальной идентификации в обществе, которое круто меняет свой политико-экономический курс, как это произошло в России. Диалектика социальной природы человека, стремящегося, одновременно, «вписаться» в социум (его референтные группы) и выделиться в нем индивидуальным образом, порождает кризисы идентичности. В такие времена большее внимание уделяется не самосознанию и активному поиску идентичности, а адаптации личности к трансформациям социального бытия (социологические аспекты доминируют по отношению к психологии самоидентификации).

Крах тотальной идентичности государственно-гражданского толка, типа «советский человек», а также появление плюрализма этнонациональных, экономических элит, со своим «символическим капиталом», потребовали обратиться к индивидуальным механизмам самоидентификации, где адаптация пассивного вида сменяется трансформацией социальных структур, а «ведомый» стремится к роли «ведущего», лидера (даже если это касается только личной траектории жизни, собственной судьбы).

Здесь традиционные подходы теории столкнулись с позицией политико-правовых концепций формирования не просто стабильного, а «гражданского общества». Продолжать разговоры об «адаптации» в новом контексте означало принимать современный этап развития нашей страны за продолжение советского этапа, т.е. использовать само понятие «развитие» как «симулякр».

Задачей формирования подлинно новой идентичности, по В.А. Ядову, становится «... разрушение прежних иллюзорных представлений об общности интересов индивида и государства, осознание обособленности интересов многообразных социальных слоев, этнонациональных, этнокультурных, региональных, территориальных, профессиональных и многих других при убеждении в отсутствии какой-либо социальной институции, способной создать механизм справедливого согласования этих

многообразных интересов. Ни общепринятая система ценностей, ни право закона, ни авторитет харизматической личности – ничто не представляется сегодня арбитром в этом процессе» [4].

В этих условиях развивается маргинализация социальной идентичности, подталкивающая индивида к «интернальной» опоре на свои потенции: все менее значимым становится у него различие «сущей» и «должной», «желаемой» и «возможной» версий бытия. Самосознание и самореализация, как актуализация индивидуальных сил и качеств, оказываются допустимыми лишь в виртуальном «пространстве – времени».

Индивид все больше осознает тот факт, что его уникальность может быть представлена и защищена в сконструированном им мире. «Я такой, каким мне удастся себя представить», говорит человек другим и самому себе, используя с этой целью медиа - пространство: СМИ, интернет и подобные им формы квази - реальных общественных отношений и связей. Компонентами виртуальной реальности становятся «симулякры» – знаковые объекты, поглощающие и снимающие «избыточную детализацию» (Ж. Бодрийар) объектов «реально действительных», создающих так называемую «концентрированную реальность».

Объекты, сконструированные в интерактивной среде (например, компьютерной) симулируют физические свойства вещей мира (объем, движение, плотность), а, посредством специальных технических средств (костюма, шлема и т.п.), помещают человека в данную виртуальность.

Включаясь в «игру», предлагаемую виртуальным общением, мы становимся тем субъектом, который в ней фигурирует. Подобная самоидентификация сближает действительное с возможным: к тем ролям, которые проигрываются в социуме, добавляются роли виртуальные, и в этом случае нам представляется естественным скрывать свои «обычные» взгляды, традиционные для нас установки. «В 1785 году Томас Джефферсон выдвинул гипотезу, что если говорящий скрывает свои взгляды, это влияет и на него самого: «Тот, кто раз осмелился солгать, приходит к выводу, что значительно легче сделать это ещё и ещё раз, и ложь в конце концов входит у него в привычку... Эта лживость языка ведет к лживости сердца...» [3].

Подводя итоги, скажем, что самоидентификация индивида в виртуальном медиа – пространстве имеет и негативные, и позитивные стороны, смыслы. Так, «всемирная паутина» дает возможность приобщиться к мировой культуре и её событиям любому пользователю, где бы он ни находился, то есть перейти от пассивной к активной адаптации, от простых форм освоения социальных паттернов поведения к творческой самореализации в социуме. Мир «виртуала» может заместить собой реальное общение людей, но также и расширить его, обогатить репертуар проигрываемых социальных ролей на базе разнообразных и упорядоченных типов идентичности личности.

Список литературы

1. Бергер, П. Идентичность / П. Бергер, Т. Лукман // Психология самосознания. Хрестоматия. – Самара: Издательский дом «БАХРАМ-М», 2007. – С. 575-588.
2. Джемс, У. Психология / У. Джемс – М.: Педагогика, 1991. – С. 90-91.
3. Майерс, Д. Социальная психология / Д. Майерс. – СПб.: Изд-во «Питер», 1999. – С.167-168.
4. Ядов, В.А. Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности / В.А. Ядов // Психология самосознания. – Самара, 2007. – С. 589-601.

СОЦИОЛОГИЯ ВЛАСТИ И БЮРОКРАТИИ

**Хамидуллин Н.Р., кандидат политических наук, доцент
Оренбургский государственный университет**

Построение гражданского общества в современной России происходит в сложной социально-политической обстановке. В условиях новой экономической ситуации становятся ощутимыми периоды роста, а также спада основных показателей уровня благосостояния и качества жизни граждан. Органы государственной власти предпринимают необходимые меры для минимизации рисков в социальной сфере. Многое зависит от осознания гражданами политики, реализуемой органами власти и соответствия принимаемых политических решений действующим правовым нормам, законам российского общества. Власть придаёт жизненный импульс политике и обществу, благодаря которому политический субъект оказывается единственным лицом, от которого зависит решение конкретных социально-политических проблем [6, с. 131].

Социальная реальность во многом зависит от степени слаженности действий властных структур и прежде всего, управленческого механизма, то есть бюрократического аппарата, который соответствующим образом организует и в дальнейшем сопровождает деятельность субъектов политики в процессе реализации политических решений. Современная бюрократия обладает способностью выполнять не только важную роль в процессе реализации политических решений, но и существенным образом влияет на оценку их успешности [3, с. 32].

На сегодняшний день в России много не решенных социально-политических проблем. Однако следует признать, что проводимые демократические преобразования имеют определённую позитивную тенденцию в своём развитии, прежде всего в сравнении с прошлым, когда права и свободы человека не определяли основы свободной жизни граждан и не брали в учёт интересы большинства населения страны. В этих условиях существенно повысилась роль научных исследований, позволяющих системно, на основе социологического знания, проанализировать социальные феномены – «власть» и «бюрократия». Социологическое осмысление способствует продуктивному пониманию социально-политических процессов, характеризующих функционально-динамические аспекты современного общества.

Дисциплина «Социология власти и бюрократии» востребована в социально-гуманитарном знании. Она способствует формированию научного мировоззрения, определяет социально-значимые критерии для успешной социализации молодых людей, обеспечивает процесс социальной адаптации, тем самым выстраивает позитивные отношения индивидов, социальных групп и общества в целом в соответствии с нормами права.

Целью освоения дисциплины является формирование теоретических знаний и закономерностей функционирования социологии власти и бюрократии как науки, выделяя её специфику, раскрывая принципы соотношения методологии и метода познания, необходимых для будущих бакалавров, способных к анализу и прогнозированию массовых социально-политических процессов в условиях современного развития общества.

Социология власти и бюрократии взаимосвязана и интегрирует в себя прикладные аспекты других дисциплин социально-гуманитарного знания, таких как социология, история, социология политики, социология социальных изменений, социология международных отношений, социальные проблемы современного общества и их политические решения и другие. Они не только расширяют и дополняют основные категории социологии власти и бюрократии, но и обеспечивают детальный анализ сущности власти и властных отношений, бюрократии и её роли в функционировании современного общества.

«Власть» и «бюрократия» – важнейшие понятия социологического знания. Социология власти и бюрократии рассматривает данные понятия в соизмерении к индивиду как источнику «первоначала» социальной реальности, в основе которой оппозиция «индивид-общество», то есть индивидуальные действия и взаимодействия людей в той или иной структуре общества.

Дисциплину «Социология власти и бюрократии» условно можно разделить на две взаимосвязанные части научного знания: социологию власти и социологию бюрократии.

Власть – свойство социальной жизни общества, одно из фундаментальных его начал, которая тесно взаимосвязана с политикой. Она пронизывает все сферы жизни общества, затрагивает интересы всего человечества и существует везде, где есть устойчивые объединения людей: в семье, учебных учреждениях, производственных коллективах, организациях и объединениях, во всем государстве и различного рода международных структурах [5]. Тем самым она охватывает как межличностные, так и общественные отношения граждан, обладает всеобщностью и неотъемлемой стороной общественной жизни, в основе которой, прежде всего интересы и потребности людей. Власть взаимосвязана и взаимообусловлена с политикой, именно политика определяет формы деятельности, как отдельного индивида, так и той или иной организации, учреждения, и в целом всей структуры общества. Её многоаспектность проявляется в законах, нормах, приказах, постановлениях, предписаниях, то есть различного рода волевых воздействиях с целью достижения намеченной цели. Важно отметить, что в соответствии со ст. 3 Конституции РФ единственным источником власти в России является её многонациональный народ. Свободные выборы определяют её законность и нерушимость [1, с. 4].

Бюрократия – система государственного управления, а также определённый в иерархии социальной структуры общества слой или группа лиц, резко выделенная из основной части общества и состоящая из представителей властных структур [4]. По своему замыслу бюрократия должна, прежде всего, обслуживать интересы и потребности граждан. Однако в большинстве случаев она является основным органом, а вернее аппаратом, способствующим стабильному функционированию государства. Следует отметить, что чересчур раздутый бюрократический аппарат как правило, мешает не только жизни людей, но и функционированию различного рода социальных структур, организаций и объединений граждан, и в целом государства.

Бюрократы – это общий термин, которым принято называть административных работников, трудящихся в сфере управления, то есть это всевозможные чиновники, которые могут решать те или иные задачи в соответствии со своей компетенцией [2]. Как правило, это бумажные работы, различные бланки, заявления, отчёты, договора и т.д.

Социология власти и бюрократии это дисциплина характеризующая:

- генезис идей власти и бюрократии;
- власть и бюрократию как онтологические основания человеческого бытия и общественного развития;
- научные направления, анализирующие проблемы власти и бюрократии в истории человечества;
- концептуальные подходы к исследованию теории власти и бюрократии;
- составные компоненты и механизм реализации государственной и политической власти;
- место и роль бюрократии в функционировании современного государства;
- взаимосвязь и взаимообусловленность государственной власти и бюрократии;
- специфику бюрократической формы властвования;
- особенности влияния бюрократии на социальные, политические, экономические и духовные отношения в обществе;
- социокультурную обусловленность сущности человечества, а также основания взаимодействия индивида, социальных групп и общества в целом;
- интересы, потребности и ценностные образования человека;
- проблемы социальной сферы в современной России, а также возможные методы и средства их разрешения.

Таким образом, дисциплина «Социология власти и бюрократии» востребована в социально-гуманитарном знании. Понятия «власть» и «бюрократия» являются важнейшими в социологическом знании. Изучение дисциплины позволяет развивать навыки и умения рационально-

критического мышления, способствует формированию современного научного мировоззрения, определяет социально-значимые критерии для успешной социализации молодых людей, обеспечивает процесс социальной адаптации, тем самым выстраивает позитивные отношения индивидов, социальных групп и общества в целом в соответствии с нормами права.

Список литературы

1. Конституция РФ: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. Официальный текст. – М.: Омега-Л, 2019. – 39 с.
2. Кто такие бюрократы / Образовательный портал. – URL: <https://obraz-ola.ru/gumanitarnye-nauki/podrobnee-o-tom-chto-takoe-byurokratiya.html> – (дата обращения: 12.04.2020).
3. Миронова, Д. Роль современной бюрократии в процессе принятия политических решений / Д. Миронова // Вестник Московского университета. – 2017. – № 5. – С. 19-32.
4. Понятие бюрократического управления / Учебные материалы. – URL: https://studwood.ru/863106/pravo/byurokraticheskoe_upravlenie – (дата обращения: 11.04.2020).
5. Пугачев, В.П. Власть в обществе / В.П. Пугачев, А. И. Соловьев // Библиотека Гумер. – URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Pugach/14.php – (дата обращения: 13.04.2020).
6. Хаджаров М.Х. Социология политики: учебное пособие / М.Х. Хаджаров, Н.Р. Хамидуллин. – Оренбург: ОГУ. – 2016. – 205 с.