

Особенности современных социально-экономических процессов в российской деревне

Беляева Раина Алексеевна

Студент 2 курса

Удмуртский государственный университет, Ижевск, Россия

E-mail: figa28@mail.ru

Для любой развитой страны стабильная социально-экономическая ситуация является очень важным моментом в общем развитии государства. Это так же касается сельской местности, как и других сфер жизнедеятельности. Но каким бы идеальным не было государство, всегда есть те аспекты, которые требуют подробного изучения и контроля. К таковым относятся социально-экономические процессы в сельской местности.

Изучение социально-экономической ситуации деревни предполагает целостное описание не только территориально-пространственной структуры и общественного производства деревни, но и жизнедеятельности населения, его образа жизни. И, действительно, нет таких социальных проблем деревни, как производственных, так и внепроизводственных, которые бы не проявлялись через человека, не затрагивали бы каких-либо сторон его жизни.

Изучение образа жизни в рамках более крупного исследования деревни позволяет, с одной стороны, дополнить социально-экономическую характеристику деревни социологической жизнедеятельностью человека с другой – рассмотреть проблему образа жизни с более широких позиций – с учетом условий труда и жизни населения, выступающих по отношению к образу жизни в качестве внешних факторов.

Также не малую роль в становлении ныне существующей социальной обстановки сыграла социально-экономическая ситуация в период перехода от административно-плановой системы к рыночной. Потому как переход от одной экономической системы к другой является сложным процессом и влечет за собой многочисленные проблемы: спад производства, инфляция, безработица. Но самыми главными остаются проблемы социального характера. Такие как бедность, безработица, социальное расслоение, низкий жизненный уровень.

Таким образом, целью данной исследовательской работы является выяснение вопроса: каким образом эти проблемы вжились в современную социально-экономическую обстановку и как были решены.

Для этого необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть основные концепции исследования этого вопроса в целом, и понятия «социально-экономические процессы», в частности;
- определить влияние типа поселения на социально-экономические процессы;
- раскрыть специфику ситуации, сложившейся в переходный период развития нашей страны;
- раскрыть специфику современной ситуации.

Актуальность данной темы заключается в том, что в настоящее время возрастает интерес к проблемам развития экономики и социальной обстановки сельской местности. Это обусловлено, прежде всего, современной политикой государства, повышением внимания к проблемам сельской местности.

Объект исследования – социально-экономические процессы в российской деревне.

Соответственно, предметом исследования является специфика данных процессов в современной России.

Научная новизна работы состоит в том, что данное исследование является одним из первых шагов в области исследования социально-экономических процессов в синтезе с процессами переходного периода истории.

Исследование должно побудить интерес к социологии, экономике и истории нашего государства.

Литература

- Заславская Т.И., Рывкина Р.В.. Социология экономической жизни: очерки теории. – Новосибирск, изд-во «Наука», 1991.
- Штомпка П. Социология социальных изменений. – М.: Аспект Пресс, 1996.

Российский статистический ежегодник. М., 2001.

Бондаренко Л.В. Сельская Россия в начале XXI века // «Социс», -2005, №7.

Лылова О.В., Экономическая адаптация селян к рыночным условиям // «Социс», - 2003, №5.

Широкалова Г.С., Зинякова М.В. Реалии российской деревни // «Социс», -2006, №9.

Эксклавы - как «гипертексты» (на примере Калининградской области)

Берендеев Михаил Владимирович

к. социол. наук, асс.

Российский государственный университет им. И.Канта Калининград, Россия

mberendeev@yandex.ru

Эксклавы, на примере Калининградской области, - единственной «заграничной территории¹ России» можно рассмотреть как сложные пространственные конструкты, как пространство символических схем. Калининградский регион может быть представлен как подвижный гипертекст.

Под *гипертекстом*, в данном случае, мы понимаем многоуровневое вариативное изложение (изложение в пространстве) символических схем, вступающих в собой в противоречивые отношения. Эти схемы могут носить различный характер, презентуя все основные сферы жизнедеятельности любого социума: историко-культурную; экономическую, политическую, социальную.

Отношения гипертекстуального характера сводятся к трёхуровневой системе противоречий

- *Конфликт между эксклавными и внешними факторами развития и представлениями.* Чаще всего, представления и факторы развития читаемые внутри эксклава не совместимы с внешними представлениями материнских и других сопредельных внешних структур, в отношении эксклава.
- *Конфликт между внутриэксклавными пространствами.* В случае с Калининградской областью - это внутренне наслоение культурных и исторических пластов, конкуренция между хозяйствующими субъектами, даже не экономического, а скорее цивилизационного характера - Россия и Европа; разорванность статусно-политических представлений и возможностей для их материализации. Пространственная топонимика Калининградской области сама по себе есть сложный *гипертекст* – поскольку историческое, политическое, географическое и культурное пространство региона между собой не совпадают.
- *Конфликт между конкурирующими внеэксклавными представлениями и моделями развития по поводу эксклава.* Фактически понимается несоответствие внешних представлений по поводу эксклава и созданию условий для его развития между конкурирующими структурами, для которых эксклав является зоной тактических и стратегических интересов.

Противоречия социокультурного пространства вынуждают к формированию схем, кодифицированных таким образом, что символы, ранее казавшиеся плохо совместимыми в сознании субъекта, теперь же отвечают идентификации самого субъекта. Многообразное пространство становится нормой, выступая основой надёжных ожиданий в будущем. Символы осуществляют между собой постоянную коммуникацию. Гипертекст задаётся тем, что

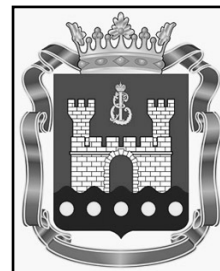
- в историческом и в культурно-символическом плане регион представляет собой, наслоение нескольких исторически слоёв и культурных пластов, находящихся по отношению друг к другу в актуальном значении, то есть, включены в функционирование жизнедеятельности современного исторического и культурного пространства региона;

¹ Понятие «заграничная территория» - не политический статус, означает часть той или иной страны, отделённой от соотечественной (материковой части страны) иностранными территориями и геополитическими образованиями.

- в экономическом плане область одновременно находится в зоне действия нескольких сильных хозяйствующих субъектов - России и ЕС, а также хозяйствующих субъектов сопредельного уровня (Прибалтийский еврорегион – Литва и Польша) конкурирующих между собой;
- в политическом плане эксклав/анклав представляет собой внешне ориентированную территорию на структуры России и одновременно структуры ЕС;
- в цивилизационном плане регион есть сочетание европейской и российской цивилизации.

Гипертекстуальность наглядно представлена в современной геральдической культуре районов и городов Калининградской области в их сравнении с прусскими довоенными гербами. Вместе с тем, только некоторые гербы представляют собой некоторый символический промискуитет, в большинстве они идентичны символическому пространству Восточной Пруссии². Нынешний символический код эксклава, не выстроен по принципу «*Russifizierung*» - связанным с отрицанием Восточно-прусской истории, а скорее по принципу «*Aufstockung*» - надстраивания над первичным контекстом нового семантического уровня.

На уровне индивидуального сознания система противоречий чётко фиксируется в совокупности достаточно не типичных для других российских территорий суждений о себе. Подобное наслоение пространств в эксклаве позволяет и жителю понимать себя, и регион сразу в трёх ракурсах: русском, европейском (причём европейская идентичность актуализируется, как априорно содержащаяся) и региональном, (калининградском), так что его идентификация будет уникальна для россиянина из материковой России. Здесь сказывается слабость укоренённости региона в российское культурно-историческое пространство. В связи с этим идентификационный комплекс суждений калининградца парадоксален: «Я - патриот России», «Я - сторонник неделимой России», «Я - за демократию европейского образца», «Я сторонник более плотного взаимодействия Президента и Правительства России с руководством ЕС, по поводу интеграции Калининграда в ЕС, Шенген, зону ЕВРО».



Такие идентификации жителя региона, изначально могут казаться полярными, однако они сообразны феномену «*сетевого консорциума пространств*» в рамках одного региона, не подчёркивая доминирование того или иного пространства, а только их коммуникацию и конкуренцию в настоящем и в проектируемом.

Противоречия символических схем³ (см. рисунок) вынуждают к формированию новых устойчивых схем, кодифицированных таким образом, что символы, ранее казавшиеся плохо совместимыми в сознании субъекта, теперь же отвечают идентификации самого субъекта. Многообразное пространство становится нормой, выступая основой надёжных ожиданий в будущем.

² **Принятый в 2006 году герб Калининградской области** - пример подобного гипертекста фиксирующего на культурно - символическом уровне смешанную и противоречивую идентичность эксклава. Символическая схема герба представляет собой некоторое нагромождение смыслов, между которыми не существует чётких логических связей. Герб представляет собой геральдический щит, разделенный на две части. В верхнем червленом поле находится изображение серебряной крепостной стены в орденском стиле немецких рыцарей с открытыми воротами и выходящими из стены двумя серебряными зубчатыми башнями. На поле щита между башнями расположен вензель императрицы Елизаветы Петровны середины 18 века. Нижняя волнообразная оконечность щита лазоревая с лазоревыми пятнами, обремененная пятью золотыми кругами. Герб увенчан янтарной короной (которой короновали прусских королей).

³ **Калининград оказался древним городом России.** Именно такая десятирублёвая юбилейная монета (серии города России), являющаяся повсеместным платёжным средством, была выпущена в канун празднования 750-летия Калининграда. На оборотной стороне монеты, по версии авторов, изображён Кенигсбергский Кафедральный собор – представленный как российский символ. Подобный монетный тираж сразу же привлёк к себе внимание, поскольку Калининград, стал российским (советским) городом лишь в 1945 году, а Кафедральный собор – заложенный в 1333 году никак не является древним

Регионализм в контексте классических социологических парадигм

Богомаз Надежда Константиновна

студентка III курса

Днепропетровский национальный университет, социально-гуманитарный факультет, Днепропетровск, Украина

E – mail: krupskayanadin@mail.ru

Научный анализ проблем социального развития показывает, что общественное пространство на разных уровнях социальных практик, в деятельности отдельных людей, разнообразных групп функционирует как неоднородное образование. Социальное пространство представляется как поле социальной деятельности, которое содержит совокупность значимых социальных групп, индивидов, объектов в том или другом их взаимном расположении [3, С. 230 - 231]. Для наименования способа, посредством которого общественное пространство, используемое личностью, делится на зоны, применяется понятие «регионализация». Как следствие процесса регионализации возникают и развиваются концепции регионализма. И если подходить к пониманию региона как значительного пространства, охватывающее часть страны, группу близлежащих стран или части континента, отличающихся от других совокупностью исторически сложившихся особенностей [4, С. 360], то регионализм необходимо понимать как совокупность взглядов и движений, рассматривающих проблемы сквозь призму определенного пространства. Именно в контексте пространственного осмысления регионализма возникает интерес изучения работ классиков социологии.

В стремлении придать методологическое единство наукам о природе и обществе О. Конт отмечал, что пространство и время всегда выступали важнейшими переменными, без которых невозможно формулировать законы. Но в то же время ни для Конта, ни для его последователей факторы пространства не занимали основное место в их теоретических конструкциях. Дальнейшее развитие проблема пространства получила в работах Э. Дюркгейма, хотя не являлась одной из центральных категорий анализа общества. Проблему пространства он формулирует только как проблему социального пространства, которое рассматривает как момент социальной структуры. Согласно принципам социологизма Э. Дюркгейма общество создает свое пространство, которое не пересекается с физическим и географическим.

Необходимо отметить еще одно направление анализа пространства в социологии, основателем которого является Г. Зиммель. Он опубликовал специальную работу «Социология пространства» (1903 г.). Определяя пространство как один из важнейших моментов, влияющих на характер обобществления, Г. Зиммель отмечал также влияние пространства на развитие и функционирование социальных форм. Вместе с тем, он не рассматривал само пространство в качестве действующего социального фактора, поскольку содержание форм зависит от компонентов, наполняющих это пространство, а не от самого пространства. Ученый отмечает, что касательно общественных и психологических феноменов физическое пространство выступает одновременно начальным условием их существования. Уделяя внимание пространственным аспектам отношений между государствами, Г. Зиммель касается также перспектив анализа внутреннего пространства общества.

К исследованию социального пространства принципиально по-новому подошел П. Сорокин. Это было обусловлено тем, что он исследовал социальное пространство под углом зрения социальной мобильности. Такой подход дает возможность четко структурировать

проблематику и предложить очень четкие и точные решения, которые можно использовать в практике эмпирических социологических исследований. В то же время, другой стороной стало упрощение социальной реальности. Он утверждает, что «... социальное пространство в корне отличается от пространства геометрического»[2, С. 297]. Этот тезис он подтверждает многочисленными примерами, которые показывают, что субъекты могут быть близкими в физическом пространстве и далекими в социальном, а также наоборот. Также П. Сорокин предлагает свое определение социального пространства, фактически перенося на общественную реальность определение пространства в философии, где утверждает, что «социальное пространство есть полная вселенная, которая состоит из народонаселения земли. Там, где нет человеческих личностей или же проживает только один человек, там нет социального пространства, поскольку одна личность не может иметь в мире ни одного отношения к другим. Она может находиться только в геометрическом, но не в социальном пространстве. Соответственно определить положение человека либо какого-либо социального явления в социальном пространстве означает определить их отношение к другим людям и к другим социальным явлениям.»[2, С. 298]. Работы П. Сорокина касательно проблемы социального пространства оказали неоднозначное влияние на социологию. С одной стороны, они создали предпосылки для исследования проблем социальной мобильности, с другой – они закрепили в науке понимание социального пространства только как одного из аспектов социальной структуры. Проблема физического пространства в социологии долгое время была маргинализирована. Анализируя общество, П. Сорокин отмечал принципиальное отличие пространства общества от пространства природы. В этой перспективе социологическое пространство фактически отождествляется с социальной структурой, что сводит на ноль эвристические возможности первого понятия.

Также в контексте анализа рассмотрения социального пространства, возникает необходимость отметить подход Т. Парсонса к данной проблематике. Его научные взгляды касательно пространства связаны с центральной для него идеей нормативного порядка: «поддержание нормативного порядка не может быть отдаленной от территориального контроля за поведением, функция управления должна включать ответственность за сохранение территориального единства нормативного порядка общества»[1, С. 16]. Пространство и нормативный порядок связаны между собой через личность, существование которой предполагает телесность. В свою очередь телесность индивидов и фактор пространства как общественные проблемы взаимосвязаны.

Таким образом, у социологов XIX – XX века, как и у большинства современных социологов, пространственный анализ общества является скорее исключением, чем правилом. Но в то же время, необходимо отметить, что фундаментальная социология все же пересекается с социологией пространства, что было показано выше. Таким образом, к достижениям современной социологии необходимо отнести выделение региона из других форм пространственной организации общества, описание отдельных подсистем региональной действительности. Важным является тот факт, что через пространственные характеристики региона можно рассматривать регионализацию как процесс территориального структурирования пространства. Это создает условия всестороннего изучения процесса динамики регионализма в контексте классических социологических парадигм и дает возможность построения базиса в дальнейшем исследовании проблематики регионализма, которая является чрезвычайно актуальной в условиях динамичного развития современного украинского общества.

Литература

1. Парсонс Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения // Зарубежная социология XX века : Хрестоматия / Под ред. В. Г. Городяненко. – Днепропетровск, 2001. – С. 14 – 34.
2. Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество. – М.: Политиздат. – 1992. – 543с.
3. Соціологія: словник термінів і понять / За заг. ред. Біленького Є. А., Козловця М. А. – К.: Кондор, 2006. – 372 с.

Городской общественный транспорт как социальный институт – необходимость социологического осмысления
Бочарова Оксана Викторовна⁴

аспирант

Саратовский государственный технический университет, Саратов, Россия

Городской общественный транспорт - один из важнейших социальных институтов современного общества, неотъемлемый элемент социальной инфраструктуры городов. Данный транспорт предназначен для перевозок различных социальных групп населения, в том числе с низким уровнем доходов, обеспечения территориальной целостности городов, доступности всех элементов городского хозяйства. В свою очередь, развитие городов, рост численности населения массовая потребность в транспортной коммуникации обуславливают изменения института общественного транспорта. Еще Э. Дюркгейм утверждал, что социологическое объяснение исходит из анализа зависимости социального явления от социальной среды. Он считал, что функция социального явления или института состоит в налаживании соответствия между институтом и некоторой потребностью общества как целого.

Функция общественного транспорта, как социального института, заключается в повышении доступности учреждений медицины, образования, культуры, торговли, в массовом удовлетворении потребности человека в перемещении. Современная жизнь невозможна без эффективного функционирования городского общественного транспорта: выбор места работы, учебы и магазинов ограничивается временем в пути и стоимостью проезда. Мобильность населения обеспечивает свободу конкуренции (на рынках труда, потребительских товаров и других), то есть является неотъемлемым атрибутом свободно развивающегося рынка и даже демократии в целом. Транспорт не только обеспечивает мобильность, но и «генерирует» вокруг себя трудовые ресурсы и покупателей. Общественный транспорт в качестве социального института призван также упорядочивать, формализовать, регулировать многочисленные взаимодействия людей в процессе их перемещения по территории.

Таким образом, городской общественный транспорт как социальный институт – это устойчивая, исторически сложившаяся форма организации совместной деятельности людей, выраженная с помощью статусов и ролей, социальных норм и санкций, социальных организаций, возникшая для удовлетворения социальных потребностей общества в перемещении и обеспечивающая мобильность человека в городском пространстве. Институты очень редко остаются неизменными в течение длительного времени. Условия, воздействующие на них, постоянно меняются. Физическая среда накладывает определенные требования, исполнение которых является необходимым условием выживания системы. Очевидно, что при перестройке, радикальной трансформации системы социальных институтов происходят и неизбежные изменения в сфере социальных норм. Нарушение нормативного взаимодействия

⁴ Автор выражает признательность профессору, д.с.н. Кузнецову П.С. за помощь в подготовке тезисов.

социального института и социальной среды, в качестве которой выступает общество, приводит к дисфункции социального института. Стремление отойти от традиционных подходов (экономических, политических, технических) к рассмотрению общественного транспорта как социального института, связано с тем, что в последнее время наблюдается замена функций общественного транспорта на дисфункции. Общественный транспорт как социальный институт перестает справляться со своей основной задачей – удовлетворять потребность населения в перемещении. Когда институт не справляется с выполнением своих явных функций, его непременно ждет дезорганизация. Дальнейший процесс порождает стремление к замене существующего института иными установлениями (преимущественно неформальными). Дисфункции социальных институтов, продолжающиеся в течение длительного времени, отрицательно сказываются на нравственном формировании личности, искажают систему ценностных ориентаций и мотивы поведения людей. Деформация института общественного транспорта в современной России приводит к тому, что общественный транспорт утрачивает свое значение «общественного», предназначенного для перевозки достаточно большого количества пассажиров одновременно. Общественный транспорт выполняет уже не общесоциальную, а стратификационную функцию (перевозка льготников, лиц с низким уровнем доходов), либо коммерческую функцию (перевозка маршрутными такси), становится объектом экономических интересов, средством извлечения прибыли, борьбы за власть. Приращение роли общественного транспорта (по сравнению с личным или служебным автомобилем), его ценовая, а затем и социальная дифференциация углубляют социальное неравенство. Это вызывает социальную напряженность, свидетельствует о негативном изменении образа института общественного транспорта в массовом сознании, об утере им доверия и уважения со стороны общественности. В развитых западных странах, наоборот, организация и развитие общественного транспорта уменьшают имеющееся социальное и материальное неравенство людей.

Таким образом, изменение функции социальных институтов неизбежно влечет за собой качественные изменения нормативной системы, трансформацию самих социальных норм и, как следствие, изменение отношения к ним людей, трансформацию массового сознания, его ценностно-мотивационной структуры. Т. Парсонс подчеркивал, что институты – решающий фактор интеграции и стабилизации общества. Значимость общественного транспорта – как инструмента регулирования общественной жизни с каждым днем возрастает. Доступность и качество городского общественного транспорта, а вместе с ним и многих социальных благ, во многом определяют и реальный уровень жизни, и социальный климат. Для выполнения своей общественной миссии, общественный транспорт должен не только осознаваться обществом как жизненно важная структура города, выполняющая социальную функцию по удовлетворению потребности большого количества людей в перемещении, но и подвергнуться процессу коренного усовершенствования, на основе использования новейших достижений науки и техники, принятия законодательных и нормативных актов, выработке общей стратегической концепции развития. Социальная ценность и значимость городского общественного транспорта слишком высоки, чтобы отдавать его на откуп коммерсантам, извлекающим прибыль. Общество не должно, а государство не вправе лишать жителей городов очевидных экономических, экологических, демократических, личных свобод и выгод которые им предоставляет современный городской общественный транспорт.

Литература:

1. Горбанев Р.В. Городской транспорт // Учебное пособие для ВУЗов. – М. Стройиздат, 1990.
2. Добренков В.И., Кравченко А.И. Социология: В 3 т. Т.3: Социальные институты и процессы. М., 2000.
3. Волков Ю.Г. Социология /Ю.Г.Волков; под общей ред. доктора философских наук, проф. В.И.Добренкова. - Изд.3-е.- Ростов н/Д : Феникс, 2007.
4. Гавра Д.П. Понятие социального института // Регион: Экономика, политика, идеология № 1-2, 1999.

5. История социологии в Западной Европе и США./Учебник для вузов. Ответственный редактор – академик РАН Г.В. Осипов . – М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА М, 1999.

**Благотворительность как фактор регионального и городского развития
Бурмистрова Наталья Павловна⁵**

студент

*ГОУ ВПО «Вологодский государственный технический университет», гуманитарный факультет, Вологда, Россия
e-mail: natburmistrova@mail.ru*

Благотворительность – универсальная общечеловеческая ценность, один из важнейших атрибутов гражданского общества. Кроме того, благотворительность лежит в основе социального партнерства. Благотворительность представляется независимым от государства, и в то же время поощряемым им механизмом перераспределения частных средств в интересах осуществления общественно полезных программ.

Для России благотворительная деятельность традиционна и имеет глубокие исторические корни. В советскую эпоху в силу ряда причин благотворительность, по сути, не существовала, эту деятельность выполняло само государство.

Наиболее авторитетные эксперты по проблемам развития подчеркивают, что сверхдержавами XXI века будут страны, в развитии которых сделана ставка на культуру и образование. В сегодняшней России это невозможно без широко развитой благотворительности. Благотворительность важна не только для создания в обществе атмосферы социальной солидарности, она может стать либерально-рыночной альтернативой административным способам придания экономике социального характера, для России необходимого.

В связи с этим актуальным становится исследование в Вологодской области проблемы благотворительности как фактора регионального развития.

В настоящее время в стране активно развивается корпоративная благотворительность. Так, по данным на конец 2006 года, российские компании тратят ежегодно до 11 % чистой прибыли на благотворительность, а каждая вторая коммерческая компания имеет свой благотворительный бюджет. Общий ежегодный объем пожертвований в стране на настоящий момент достигает 1,5 млрд. долларов и продолжает увеличиваться. В Москве и регионах действует более 250 российских и зарубежных благотворительных фондов и организаций [4].

В Вологодской области на настоящий момент благотворительность регулируются ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» (№ 135-ФЗ от 11.08.1995 г.) и Законом Вологодской области «О благотворительной деятельности» (№ 81-ОЗ от 10.06.1996 г.). Ни федеральный, ни региональный законы не содержат статей о материальном и

⁵ Автор выражает признательность доценту, к. фил. н. Середина Н.Д. за помощь в подготовке тезисов.

моральном стимулировании организаций, осуществляющих благотворительность. В отдельных субъектах РФ подобные нормативные акты уже разработаны и эффективно функционируют.

Стоит отметить, что в самом престижном и известном Всероссийском конкурсе «Корпоративный донор России – 2007» третье место в общем рейтинге и среди компаний международного значения занимает ОАО «Северсталь» (г. Череповец, Вологодская область). Объем выделенных благотворительных средств данной организации в 2007 г. составил 447.300 млн. рублей, это 0,89 % прибыли предприятия.

Среди областных благотворительных организаций только одна зарегистрирована в Едином реестре благотворительных организаций России – общественная организация «Милость». Одним из самых известных благотворительных фондов области является «Музейно-творческий центр народного художника В.Н. Корбакова», который успешно функционирует и развивается на протяжении уже 11 лет.

Среди представителей бизнеса достаточно активно занимается благотворительной деятельностью Ассоциация «Машиностроительные предприятия Вологодской области». Государственные территориальные центры помощи также аккумулируют благотворительные средства от частных лиц и организаций.

Тем не менее, в условиях несовершенства федерального и регионального законодательства в данной сфере многие вологодские предприятия отказываются от благотворительности или ограничивают ее масштабы. Таким образом, объемы благотворительной помощи в регионе относительно существующих социальных проблем имеют незначительный характер, при этом наибольший удельный вес перечисляемых благотворительных средств приходится на несколько крупных предприятий. По-прежнему остается недостаточно развитым сектор некоммерческих благотворительных организаций, фондов и общественных организаций.

Все выше сказанное подчеркивает актуальность разработки и реализации проектов, направленных на формирование условий для популяризации благотворительности как фактора развития Вологодской области. Благотворительность здесь выступает в качестве одной из эффективных социальных технологий, способной удовлетворить общественные потребности и урегулировать трехстороннее взаимодействие (власть-бизнес-общество).

В рамках данной работы предложен проект «Во имя Вологодчины». Проект разработан для Союза промышленников и предпринимателей Вологодской области (далее Союз). Проект рассчитан на один год с момента принятия решения о реализации, и предполагает три этапа внедрения. На первом этапе планируется проведение углубленного социологического исследования, включающего экспертный опрос представителей бизнес-сообщества области (членов Союза), изучение опыта территориальных центров помощи и иностранных благотворительных организаций, действующих в данном регионе, статистический анализ объемов и структуры осуществляемых пожертвований и др.

Целью второго этапа является формирование общественного мнения вокруг проблемы благотворительности в регионе и последующее лоббирование законодательного проекта. Третий этап направлен на мониторинг общественного мнения, закрепление достигнутых результатов.

Ожидаемый эффект от внедрения – принятие поправок к ОЗ № 81 «О благотворительной деятельности», позитивные изменения в общественном мнении о филантропии, рост благотворительной помощи и как следствие социальное развитие региона. Полученные расчеты свидетельствуют о низкой затратности проекта относительно масштабов располагаемых предприятиями средств. Государство же, с одной стороны, снижает свои налоговые поступления, но с другой – сокращает затраты на реализацию социальной политики, оказание помощи различным категориям граждан.

Экономическая целесообразность проекта для бизнеса обосновывается получением публицити, созданием положительного имиджа, повышением уровня лояльности населения города, региона, и соответствующих целевых аудиторий: представителей органов власти, СМИ.

На наш взгляд, реализация проектов, направленных на распространение принципов социального партнерства, идеи социально ответственного бизнеса будет способствовать

экономическому росту региона, становлению стабильности, снятию социальной напряженности, а также устойчивому развитию. Самое главное, что проекты, подобные данному, это еще один шаг на пути к гражданскому обществу.

Литература

1. О Благотворительной деятельности: Обл. закон от 10 июня 1996 г. № 81-ОЗ.
2. О Благотворительной деятельности и благотворительных организациях: Федер. Закон от 11 августа 1995 г. № 135-ФЗ.
3. Статистический ежегодник Вологодской области 2006: стат. сб. / Росстат. – М., 2007. – 364 с.
4. <http://www.infoblago.ru>

Социальный проект как инструмент эффективного городского управления⁶ (на примере реализации проекта «Здоровый город» в г. Череповце)

Ведерникова Анна Александровна⁷

Студент V курса

Череповецкий Государственный Университет, Череповец, Россия

E-mail: escabrosa7@ya.ru

Важнейшим условием сбалансированного городского развития является наличие согласия между различными городскими сообществами и системой управления по приоритетным направлениям развития. Для этого необходимо, чтобы органы управления были открыты и максимально приближены к населению. Достичь этого позволяет применение проектного подхода в муниципальном управлении.

Проектное мышление, сознательное применение проектного подхода в области управления – достаточно новое явление для России, но такой способ управления успешно реализуется в Череповце. Для того чтобы структурировать управленческую деятельность, органы местного самоуправления в городе прибегают к использованию различных управленческих стратегий. В 2003 году была принята стратегия развития Череповца до 2012 года – «Череповец - город лидеров», согласно которой главная задача - это «сохранение лидирующих позиций бизнеса». [4, с. 220] Однако это требует постоянного стремления к лидерству всего городского сообщества. В качестве реализации стратегии используется проектно-целевой метод. Для этого разрабатываются различные модели – целевые программы, социальные проекты и т.д. Они являются организационной формой принятия управленческого решения, позволяют определить иерархию целей с учетом имеющихся ресурсов.

Одним из ведущих проектов является «Здоровый город», деятельность в рамках которого была начата в 2002 году. По сути, именно он стал механизмом реализации стратегии развития Череповца. Следует отметить, что это проект международного уровня, основанный Всемирной Организацией Здравоохранения (ВОЗ) еще в 1988 году. Сейчас он превратился в глобальное движение общественного здравоохранения на местном уровне. В России проект

⁶ Тезисы доклада основаны на материалах исследований, проводимых Социологической лабораторией ГОУ ВПО ЧГУ совместно с мэрией г. Череповца в рамках проекта ВОЗ «Здоровые города»

⁷ Автор выражает признательность к.с.н., доценту Ковалевой Г.А. за помощь в подготовке тезисов

приобрел особую актуальность в связи с необходимостью воплотить в жизнь социальную направленность проводимых в настоящее время реформ, достичь конкретных результатов на пути повышения благосостояния людей. Основой проекта является приоритетность проблем здоровья. В его рамках ВОЗ принято широкое понимание здоровья как «целостного комплекса физических, психологических, социальных и духовных характеристик».[1, с. 16]

Предполагается, что повышение уровня здоровья может быть только результатом объединенных усилий всех жителей и групп населения Череповца. При этом проект планируется как местный, городской (в духе национального проекта «Здоровье»). Это позволяет учитывать местную специфику (Череповец – крупный промышленный город и его экономика определяет социально-экономическое положение в Вологодской области), к тому же так проще изыскать финансы – в Череповце «Здоровый город» поддерживает городская администрация, в мэрии создан специальный координационный отдел по его реализации, мэр города лично курирует проект.

Стоит сказать о том, что различные программы оздоровления проводились в Череповце и ранее, но очень часто они не приводили к желаемым результатам, так как при планировании программ отсутствовал комплексный подход к проблемам здоровья. Проект «Здоровые города» на сегодня является одним из самых эффективных «инструментов» нового подхода к решению вопросов охраны и развития здоровья населения в процессе городского управления. Акцент сделан на межведомственном, межсекторальном партнерстве, когда решением вопросов сохранения и развития здоровья населения занимаются не только органы здравоохранения, но и все городские структуры.

С 2006 года постановлением мэра города «О порядке исполнения городской целевой программы» был утвержден состав межведомственных рабочих групп по целевым направлениям Проекта. В состав рабочих групп вошли представители городских структур, промышленных предприятий, общественных организаций. Целевые межведомственные рабочие группы осуществляют свою деятельность по следующим направлениям: «Профилактика заболеваний, имеющих наибольшую долю в структуре смертности (профилактика сердечно – сосудистых заболеваний)», «Здоровье на рабочем месте», «Улучшение качества жизни и здоровья пожилых людей», «Пропаганда здорового образа жизни», «Двигательная (физическая) активность», «Сохранение и укрепление здоровья детей и подростков», «Профилактика наркомании, алкоголизма и курения». Все целевые направления взаимосвязаны между собой – как содержательно, так и организационно. Деятельность в рамках направлений основывается на реальных данных статистики и анализе мнения самих горожан. Для этого в 2007 году были созданы и опубликованы два важных документа – Профиль здоровья пожилых и Профиль здоровья Череповца. Профили представляют собой «по возможности полное описание здоровья населения и описание состояния среды в городе по основным показателям, принятым ВОЗ».[2, с. 3] Подготовка этих сборников потребовала специальных исследований с применением социологических опросов. Социологической лабораторией Череповецкого Государственного Университета совместно с мэрией города были проведены масштабные исследования (суммарно было опрошено 1744 человека), изучены экспертные оценки эффективности проекта.

Сточки зрения участия всего городского сообщества в достижении целей проекта значимость Профилей трудно переоценить: с одной стороны, благодаря созданию этих сборников горожане, высказывая свое мнение, получили возможность участия в управлении городом, т.к. именно на его основе в рамках проекта намечаются определяются ключевые направления деятельности и составляются планы конкретных мероприятий по повышению уровня здоровья и улучшению среды обитания. С другой стороны, полученные интегративные данные оптимизировали межведомственное взаимодействие различных управленческих служб. Можно сказать, что данные исследования удовлетворили потребность города в улучшении координации деятельности всех задействованных в управлении структур.

Таким образом, можно сказать, что проект «Здоровый город» обеспечивает всеобъемлющие политико-стратегические и плановые решения проблем охраны здоровья городского населения. И в этом контексте Проект «Здоровый город» не противоречит

амбициозной лидерской стратегии, но делает акцент на здоровом городском планировании, ставая основной целью – сделать здоровье населения одним из приоритетов городской политики.

Литература

1. Общественное здравоохранение и развитие политики здоровья и качества жизни на муниципальном уровне. Руководство по организации цикла обучающих семинаров. Модули 1-6. – 2-е изд., доп. – Чебоксары, 2007. – 236 с.
2. Профиль здоровья города Череповца. Выпуск 3 (2008): Научно-популярный обзор. – Череповец: Издательский дом «Череповец», 2008. – 64 с.
3. Профиль здоровья пожилых людей города Череповца: научно-популярный обзор. – Череповец: ООО «Издательский дом «Принт», 2007. – 48 с.
4. Стратегия развития города Череповца до 2012 года «Череповец-город лидеров»/ Управление стратегического планирования мэрии г. Череповца; Руководители науч. проекта: Ананенко С.А., Синицкая В.С., Туваев С.Г. – Череповец. – 2003. – 243 с.

Социальные аспекты трудовой миграции на примере Республики Марий Эл **Габдуллина Альфия Гафиятулловна** *студентка*

Марийский государственный технический университет, Йошкар-Ола, Россия

E-mail: skaya@inbox.ru

К началу XXI века Россия подошла в состоянии устойчивого процесса депопуляции, имея один из самых высоких в мире темпов естественной убыли населения.

Три компонента демографического развития влияют на динамику численности населения, его возрастную-половую структуру: рождаемость, смертность и миграция.

Согласно подсчетам секции Организации Объединенных Наций по народонаселению, России ближайшие 25 лет нужно ежегодно принимать по 500-600 тысяч мигрантов, чтобы справиться со своими программами развития.

Миграционные процессы влекут за собой изменения в социальной и демографической структуре российского общества. Они оказывают существенное влияние на общественное разделение и уровень оплаты труда, на рынок труда в целом, а также на уровень социальной напряженности в регионах с длительным и интенсивным притоком людей.

В современной России потоки миграции во многом складываются стихийно, накаляя и без того непростую обстановку на рынке труда. Поэтому в настоящее время происходит обновление подходов к трудовой миграции. С января 2007 года вступило в силу новое миграционное законодательство. Те трудовые мигранты, которые раньше пребывали в стране на полуполюгальном положении, получили больше возможностей становиться на учет, устраиваться на рынке труда и вообще достойно жить на территории РФ.

По данным Федеральной миграционной службы РФ, в 2007 году на учет официально встало вдвое больше приезжих, чем в предыдущем году.

К сожалению, количественные характеристики миграционного оборота крайне редко рассматриваются в органической связи с его конкретными социальными последствиями. А они могут быть как позитивными, так и негативными.

В России отсутствует хотя бы минимально обозначенная интеграционная политика для лиц, прибывших на территорию страны. Встраивание в новый социум, по сути, стало проблемой самообустройства или даже борьбы мигрантов с препятствиями, стоящими на этом пути. Как правило, «гастарбайтеры» и люди, перемещающиеся ради заработков внутри страны, не располагают объективной информацией об условиях найма на работу и социального обустройства в местах прибытия. Наиболее часто передвижение таких мигрантов регулируется землячествами, лидеры которых выполняют функции принимающей стороны, посредничают между местными властями и мигрантами.

Как показало исследование, проведенное в республике Марий Эл, основными мотивами миграции являются экономические: 88% опрошенных мигрировали из-за отсутствия работы или низких заработков. Большинство мигрантов нашли то, чего они добивались: 74% оценили свою зарплату (доход) как очень хорошую или сравнительно неплохую. Тем не менее, весьма существенная проблема выражается в том, что многие мигранты оказываются в регионе в положении людей второго сорта. В определенной мере это обусловлено тем, что значительная их часть по показателям образования и квалификации относится к социальным низам. От общего количества иностранных граждан осуществляющих трудовую деятельность, квалифицированные работники составляют лишь 4,5 %, поэтому они вынуждены в нынешних реальных условиях терпеть бытовую неустроенность, отсутствие надежных социальных гарантий существования.

Однако это ни в коей мере не оправдывает произвол работодателей, бюрократическое отношение к ним со стороны местных властей, поборы и т.д. Как показал опрос мигрантов, 40% из них наняты на работу без заключения официального трудового соглашения (контракта), 15% - с вымогательством милиции и т.д.

Не менее трех месяцев требуется мигранту на минимальную адаптацию, прибывшему на работу, чтобы выйти из шокового состояния, связанного с переменой места жительства. Приезжим нелегко привыкнуть жить в иной языковой среде, в другом климате, среди чужих людей. К этому добавляются трудности с получением статуса, поисками работы, бытовым обустройством, изменением всего ритма и режима жизни и т.д.

В миграционном законодательстве РФ, в частности Государственной программе по оказанию содействия переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом, заложена идея социального партнерства. Во всем мире различные негосударственные организации, от правозащитных институтов до коммерческих фирм, обеспечивают информационное, юридическое, социальное, психологическое, медицинское сопровождение мигрантов, способствуют их трудоустройству, помогают выучить язык, знакомят с местными традициями и обычаями и т.д.

Настоятельной необходимостью признается привлечение социально ответственных бизнес-организаций к формированию эффективной миграционной инфраструктуры; содействию регуляризации положения мигрантов, не имеющих никакого правового статуса; содействию формированию и развитию в Российской Федерации цивилизованного рынка негосударственных услуг в сфере трудовой миграции.

Литература

1. Указ Президента РФ от 22 июня 2006 г. № 637 «О мерах по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом».
2. Концепция регулирования миграционных процессов в Российской Федерации, одобренная Распоряжением Правительства РФ от 1 марта 2003 г.
3. Белл М.Л. К вопросу о миграции в России // Социально-гуманитарные знания. - 2006. - №5. – С. 174-187.
4. Собственные социологические исследования.
5. www.regnum.ru
6. www.mzsrrf.ru

Потенциал возвратной миграции русских в странах СНГ и Балтии.

Гребенюк Александр Александрович⁸
аспирант

Институт социально-политических исследований РАН, Москва, Россия.
E-mail: gaa-mma@mail.ru

В настоящее время численность русских в странах СНГ и Балтии по официальным данным составляет примерно 17,8 млн. человек. Часть этой численности формирует миграционный потенциал, который может получить Россия в среднесрочной перспективе.

Достаточно крупная русская диаспора проживает в соседнем Казахстане. Исследования, проведенные здесь, показывают, что из страны в Россию могут переехать около 1 млн. человек, или 20% русского населения.

Миграционный потенциал русских из Средней Азии может составить примерно 500 тыс. человек, большая часть из которого приходится на Узбекистан. В странах Закавказья не проводилось крупных исследований миграционных установок русского населения. При этом необходимо признать, что подавляющее большинство мобильных русских оттуда выехали. Оставшийся потенциал, очевидно, не превышает 100 тыс. человек.

Наибольший интерес для России представляет наш ближайший сосед – Украина, где проживает значительное количество русских. Согласно данным исследований в 2004 г. свыше 15% жителей Украины высказали намерение выехать из страны на постоянное место

⁸ Автор выражает признательность профессору, д.э.н. Рязанцеву С.В. за помощь в подготовке тезисов.

жительства. По примерным оценкам миграционный потенциал в Украине может составлять до 1,2 млн. человек. Заметим, что мигранты из Украины могут выбывать не только в Россию, но и в страны Восточной Европы, Средиземноморья, Германию, Израиль. Таким образом, на РФ может приходиться в лучшем случае только 600-700 тыс. человек мигрантов, причем как русских, так и украинцев. Миграционный потенциал из Молдовы может составлять не более 100 тыс. человек.

В Белоруссии проживает примерно 1,3 млн. русских. Однако, судя по динамике развития экономики и миграционных потоков можно практически с полной уверенностью утверждать, что масштабного оттока русских из Белоруссии не предвидится.

В последние годы выезд русских из прибалтийских республик практически прекратился, главным образом по социально-экономическим причинам – уровень жизни в регионе выше, чем в России. Ожидать крупного миграционного притока русских из Балтии не приходится.

Таким образом, общий миграционный потенциал миграции русских и российских народов с территории стран СНГ в среднесрочной перспективе может составлять не более 3-4 млн. человек, в ежегодном исчислении это составит примерно 350-400 тыс. человек.

В настоящее время существует ряд факторов, способствующих возвратной миграции русских в Российскую Федерацию из бывших советских республик:

а) Политическое положение. В результате «цветных» революций на смену пророссийским лидерам к власти пришли прозападные, зачастую антироссийские силы (Грузия, Киргизия, Украина), которые, используя национальный вопрос, зарабатывают себе политические баллы. Не меняется в лучшую сторону и положение наших соотечественников в Прибалтике.

б) Социально-экономическое положение русских и русскоязычных. В большинстве республик бывшего СССР значительная часть русских (до 60-70%) испытывает существенные материальные трудности. Немалое беспокойство вызывает положение русских и русскоязычных на рынке труда, отмечаются и существенные проблемы с оценкой своего социального статуса положения в обществе.

в) Русский язык и его статус. Большую обеспокоенность вызывает ситуация со статусом русского языка и положением русских школ в странах СНГ и Балтии. Наиболее благополучная ситуация с русским языком сложилась в Белоруссии. В остальных странах отмечается сокращение использования русского языка и активное внедрение национального (особенно в органах власти), происходит переход с кириллицы на латиницу.

г) Ускорение темпов экономического роста России. Большое значение имеет и рост экономической привлекательности России. Согласно прогнозу Министерства финансов РФ, приведенному в проекте трехлетнего федерального бюджета 2008-2010, правительством ожидается рост заработной платы в бюджетной сфере в течение этих трех лет и к началу 2011 года увеличение минимального размера оплаты труда (МРОТ) до величины прожиточного минимума трудоспособного человека. Средняя заработная плата по экономике в целом вырастет с 13,1 тысячи рублей в месяц в 2007 году до 20,8 тысячи рублей в 2010 году. Доля людей с доходами ниже прожиточного минимума сократится с 16 процентов в 2006 году до 10,7 процентов в 2010 году. Средний размер пенсий увеличится с 3,1 тысячи рублей в месяц в 2007 году до 5,1 тысячи рублей в 2010 году. Также в России наблюдается приток инвестиций, значительно опережающий прогнозные значения.

д) Одну из ключевых ролей в процессе возвращения, играет подписанный в 2006 г. Президентом России Указ о Государственной программе по оказанию содействия добровольному переселению в Россию соотечественников, проживающих за рубежом. Данным указом государство декларировало свою заинтересованность в увеличении миграционного потока соотечественников из-за рубежа.

Литература.

1. Рыбаковский Л.Л., Карпова Ю.Ю. Россия и Украина: миграционный обмен населением. – М.: Центр социального прогнозирования, 2004.

2. Русский язык в мире: Доклад Министерства иностранных дел Российской Федерации – М., 2003.
3. Рязанцев С.В. Расселение и миграция русских в России. / Русский вопрос/Под. ред. Осипова Г.В., Локосова В.В., Орловой И.Б.; РАН ИСПИ. – М.: «Изд-во экономка», 2007.
4. Скринник В.М. Российская диаспора в странах СНГ и Балтии: состояние и перспективы. М. 2004.
5. Калинина Н.В. Российская диаспоральная политика в странах СНГ: состояние и перспективы / Под научн. ред. А.Н. Михайленко. – М.: Научная книга, 2005.
6. Велитминский И. Сдержанть инфляцию и поднять доходы людей. Российская газета, №87 от 25.04.08, статья.

**Агломерация как фактор развития монопрофильных городских образований
Иркутской области**

Грицких Надежда Викторовна⁹

аспирант

Иркутский государственный университет, Иркутск, Россия

E-mail: anris@list.ru

На современном этапе для России характерными становятся глокализационные процессы. Прошла волна референдумов, объединяющих субъекты Российской Федерации, часть регионов страны начинает жить в тренде агломераций. В Иркутской области агломерационный процесс охватил монопрофильные города, возникшие на базе крупных предприятий добывающей и перерабатывающей промышленности. Сегодня такие города не в силах решить проблемы развития транспортно-логистической инфраструктуры и инженерно-коммунального комплекса, депопуляции населения. Это возможно только в случае их объединения и с привлечением федеральных средств. По словам президента Академии городской среды, профессора кафедры теории и истории архитектуры Московского архитектурного института, доктора искусствоведения Вячеслава Глазычева, «только крупные города могут стать в хорошем смысле слова колонизаторами, смогут перевести в цивилизованное состояние те пространства, которые остались неосвоенными в России после

⁹ Автор выражает признательность профессору, д.соц.н. Грабельных Т.И. за помощь в подготовке тезисов

распада СССР» [1]. В условиях постоянного оттока населения и на фоне грядущего дефицита трудовых ресурсов создание города-миллионника на востоке России способно стать мощным притягательным центром. Согласно общей стратегии развития Иркутской области, регион должен развернуться на восток и стать опорной территорией для проектов, которые реализуются на Дальнем Востоке.

В иркутскую агломерацию входят два монопрофильных города – Ангарск и Шелехов. Именно эти монопромышленные города находятся в прочной функциональной сцепке с региональным центром, имеют явные тенденции к формированию единого потребительского рынка, единого инвестиционного поля, общего сектора услуг, характерные черты специализации в отношении предоставления доступа к культурным, образовательным и иным услугам. С развитием агломерации планируется создать развитую инфраструктуру, что, несомненно, повлечет за собой рост маятниковой миграции трудовых ресурсов из городов-спутников Шелехова и Ангарска в Иркутск. Это прямым образом должно отразиться на профессиональном сообществе градообразующих предприятий. Известно, что производственная ориентация предприятия крепко увязана со структурой и формой рынка труда соответствующей территорий. Таким образом, возникает возможность развития полипрофильного производства, путем привлечения специалистов близлежащих городов. Агломерация – попытка сохранить население в границах региона в условиях деградации окраинных территорий за счет стягивания его в агломерационный центр [2, с.34]. Реализация проекта позволит также оптимизировать расходную часть бюджетов муниципалитетов.

Однако одной из проблем развития агломерации в Иркутской области может стать слабая связанность и непродуктивность взаимодействия районов в существующей пространственной конфигурации, а также увеличение разрыва в темпах роста экономики между отдельными районами области.

Для того чтобы избежать такого перекоса, по инициативе Фонда регионального развития Иркутской области, применительно к Приангарью был разработан сценарий «Новая индустриализация региона» с четким географическим позиционированием [1]. Так, планируется создание северного промышленного узла на базе монопрофильных городов (Братск, Усть-Илимск, Тайшет, Железногорск-Илимский), который будет реализовывать долговременные проекты промышленного освоения. Основным ресурсом станут долговременные инвестиции в современные технологии глубокой переработки сырьевых запасов, интенсификация добычи углеводородов, нефтегазохимия, обогащение урана, лесопереработка и лесохимия. Недостатком этой проекции регионального развития является ограниченность природных ресурсов и постепенная смена технологической платформы в основных отраслях промышленности.

Развитие Ковыктинского газоконденсатного месторождения, создание мощного логистического центра в Усть-Куте и прилегающих территориях, через которые идут основные поставки грузов на Север, а также строительство федеральной трассы «Виллюй» – все это придаст импульс развитию транспортной инфраструктуры севера области.

Формирование Иркутской агломерации может стать инновационной моделью регионального развития современной России, разворачиваемой в контексте общенациональных проектов и программ. Она может быть целенаправленно использована, для того чтобы переломить сегодняшний характер территориальной организации общества, существующую стратегию освоения сырьевых районов. изменить механизмы функционирования монопрофильных городов, трансформировать принципы внутреннего структурно-административного членения населенных пунктов, реструктуризации прямолинейной зависимости процветания населения от размещения в нем предприятий добывающей и перерабатывающей промышленности.

Суммируя вышеизложенное, представляется, что развитие агломерации в Иркутской области необходимо для обеспечения перехода от монопрофильной зависимости, так как это будет способствовать формированию одного из крупных региональных центров, который впоследствии станет точкой притяжения различных ресурсов, зоной высокоорганизованной урбанистической жизненной среды, с возможным развитием постиндустриальной экономики. В

первом приближении, создание агломерации будет способствовать улучшению региональной демографической ситуации, создаст высокооплачиваемые рабочие места и сформирует более качественную производственную среду в регионе. Появление мощной агломерации создаст благоприятные и прозрачные условия для инвестиционного позиционирования области на международной арене. Снизится уровень оттока коренного населения из регионального центра. Повысится эффективность производства на предприятиях, в том числе и в сфере малого и среднего бизнеса. Кроме того, агломерация «Иркутск – Ангарск – Шелехов» станет деловым и культурным центром региона. Таким образом, развитие Иркутской области путем построения мощного агломерационного объединения, на наш взгляд, является самым оптимальным шагом на пути к стабильности и безопасности региона.

Литература

1. www.frrio.ru (Фонд регионального развития Иркутской области)
2. Щедровицкий П.Г. (2004) Промышленной политики не будет без региональной // Эксперт-Урал, №27

Проявления социальной дифференциации в морфологии города

Денисюк Анастасия Игоревна

аспирант

Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, Харьков, Украина

E-mail: Nastasjya@mail.ru

Введение

Изменяющийся город (в частности, его морфология) является фактором и индикатором происходящих социальных изменений. Агентами трансформационных процессов являются как государственные и негосударственные структуры, так и сами жители города, способные осуществлять осознанные и неосознанные изменения, структурируя и конструируя городское пространство. Разнообразие их повседневных практик, осуществление выборов стратегий поведения в краткосрочной и долгосрочной перспективе отражает и формирует дифференцированную городскую среду (как систему наполненных определенными смыслами и

функциональным содержанием морфологических единиц разного уровня). Под морфологией города мы понимаем физический образ архитектурного пространства, включающий образующие городской ландшафт элементы [1]. Морфологическая единица – элемент морфологической системы города, может рассматриваться на различных уровнях (например, морфологическими единицами разного порядка будут районы, микрорайоны, улицы, отдельные здания).

Учитывая существование комплекса форм городского пространства, возникает вопрос о том, каким образом они соотносятся, какое влияние осуществляют на формирование различий в различных сферах социальной жизни.

Современный российский исследователь В. Ильин отмечает: «Физическое пространство включается в общество не в своем естественном виде, а как оценочные описания с учетом возможности его включения в социальную практику» [2].

Согласно П. Бурдье, поле – специфическая система объективных связей между различными позициями, которые определяются социально, роль физического пространства как проекции социального часто не учитывается. В морфологических характеристиках городской среды и проявляются эти пространственные характеристики.

Методы

Для изучения современного города, элементы пространства которого наполняются различными смыслами и являются изменчивыми, наиболее адекватным представляется анализ в рамках конструктивистского структурализма (в частности, в рамках концепции П. Бурдье). Именно такой подход, в отличие, например, от структурного функционализма (в рамках которого можно говорить об определенной функциональной наполненности элементов городского пространства и обусловленных этим причинно-следственных связях), позволяет комплексно и разносторонне подходить к изучению современного городского пространства и социальной дифференциации, взаимосвязанной с морфологической системой города. Принимая в качестве методологической позиции указанную парадигму, мы структурируем пространство города на различные поля (власти, образования, культуры и т.д.) и проектируем на них морфологические характеристики, определяя таким образом соотношение позиций, распределение капиталов. Оценки морфологических единиц и определение их статуса – интеллектуальные конструкции, которые могут оставаться интеллектуальной операцией или же актуализироваться при наличии некоторых обстоятельств и принимать участие в конструировании социальной иерархии.

Город в контексте изучения его морфологии может рассматриваться как культурная форма, определяемая как совокупность исторически обусловленных схем восприятия мира и собственного «Я», суждений и поведения определенной общности.

На данном этапе изучения очерченной проблематики основным методом исследования является фокусированное групповое. Участниками серии «фокус-групп» были студенты-жители г. Харькова. Для определения того, каким образом социальная дифференциация находит свое проявление в морфологии города, применялись такие индикаторы: морфологические единицы (уровни выделения), выступающие ключевыми в определении дифференциации; статусы морфологических единиц; ориентации на определенные позиции в морфологической среде города.

Результаты

Результаты исследования свидетельствуют о том, что в представлениях жителей города территориальная близость морфологических единиц, включенных в повседневность жителей, влияет на определение позиции индивида в том или ином поле. Влияние морфологии города на социальную дифференциацию в представлениях жителей является опосредованным, в наибольшей степени проявляется в ходе осуществления первичной социализации.

При обращении к понятию статуса морфологической единицы, на первый план выходят такие категории, как «престижность», «элитность», «удобство». Такие характеристики, как правило, используются при обращении к таким морфологическим единицам уровня район (микрорайон, исторически сложившийся район, а также административный) и дом (как

высотный, многоквартирный, так и частный). Морфологические единицы могут быть как «престижными», «элитными», так и просто «удобными», «комфортными», причем именно последние оцениваются участниками фокусированных групповых интервью как наиболее желаемые при определении собственной позиции. К основным чертам престижных морфологических единиц относят хорошую транспортную развязку, чистоту, а также наличие «влиятельных соседей»; элитной – также отражение определенного стиля жизни и потребления. «Удобство» и «комфорт» - понятия, применяемые участниками «фокус групп» для описания тех морфологических единиц, на которые они ориентируются на индивидуальном уровне, при этом высокая позиция в отношении престижности не рассматривается в качестве необходимой. Факторы, резко понижающие статус морфологической единицы в представлениях жителей: близость к промышленной зоне, непосредственная близость представителей субкультурных и этнонациональных групп, плохо развитые транспортные сети.

Исходя из проведенного анализа, можно говорить о необходимости анализа городской среды и морфологии на различных уровнях, в различных контекстах (повседневная деятельность жителей, восприятие городской морфологии как жителями, так и туристами). А в качестве перспективных линий дальнейшего анализа можно выделять анализ социальной дифференциации дифференциации в зависимости от поля, в котором действует агент, выявление факторов, определяющих позиции агентов, статусов морфологических единиц в городской среде, специфику структурировании и конструирования пространства постсоветского города.

Литература

1. Вагин В.В. Городская социология. Учебное пособие для муниципальных управляющих. - М.: Московский общественный научный фонд, 2000 // Доступно на: <http://www.auditorium.ru/books/96>
2. Ильин В.И. Социальное неравенство// Доступно на: <http://socnet.narod.ru/library/authors/Ilyin/neravenstvo/content.htm>
3. Ионин Л. Г. Социология культуры: путь в новое тысячелетие: Учеб. пособие для студентов вузов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Логос, 2000. – 431с.
4. Литвинова Т.А. Анализ города: социологическая история Ф. Броделя и историческая социология М. Вебера // "Надежды". Сборник научных статей студентов ФСН // Доступно на: <http://www.unn.ru/rus/f14/k2/students/hopes/9.htm>
5. Ньюман Л. Полевое исследование // Социологические исследования. – 1999. - № 4. - с. 111-115.

Состояние и развитие регионального института туризма
(на материалах Республики Татарстан)

Ермолаева Полина Олеговна

Студент

Казанский Государственный Университет им. Ульянова-Ленина, Казань, Россия

E-mail: polina-e@mail.ru

Введение

Туризм выступает одним из крупнейших, высокодоходных, экологически чистых и динамично развивающихся социальных институтов современного мира. Во многих странах он превратился в одну из ведущих отраслей экономики, являясь надежным источником пополнения бюджета.

Важнейшей особенностью российского института туризма является резкое повышение требований потребителя туристских услуг, как к качеству, так и к ассортименту туристского продукта. Вместе с тем, социально-экономические и политические изменения, происходящие в современном российском обществе: повышение благосостояния, качества жизни, мобильности населения, а также структурные изменения в потребительских и досуговых практиках в сочетании с процессами возрождения национальной самобытности позволяют говорить о формировании принципиально иной конфигурации российского туристического рынка. Одной из характерных особенностей которого является укрепление позиций и развитие туристического сектора в регионах путем создания комплексных целевых программ как способа стратегического планирования туристской отрасли.

Примером внедрения такого рода проекта выступает республиканская целевая программа "Развитие сферы туризма в Республике Татарстан (РТ) на 2008-2010 гг.", направленная на создание "современного и конкурентоспособного туристского комплекса, обеспечивающего права граждан на отдых, удовлетворение их потребностей в разнообразных и качественных туристических услугах" [1]. Можно справедливо утверждать, что через осуществление данной программы проявляется попытка государства в институционализации и легитимизации туристской сферы путем интеграции ее в социально-политическую систему общества и решения комплекса правовых, экономических и социокультурных задач [2].

Методы

С целью изучения особенностей состояния и проблем развития республиканского туристического сектора, автором статьи было проведено комплексное социологическое исследование осенью 2007 года. Цель исследования заключалась в анализе общественного мнения населения РТ и отдельных целевых групп (представители туристической индустрии, рекламного и игорного бизнеса, приезжие) о современном состоянии сферы внутреннего туризма и перспективах его развития. Для исследования мнения населения РТ применялась квотная репрезентативная выборка, объемом 1600 единиц.

Кроме этого, было проведено 15 экспертных интервью с представителями управляющего и среднего звена крупнейших туристических компаний г. Казани; 12 экспертных интервью с представителями управляющего и среднего звена крупнейших рекламных компаний города; фокус группа с представителями игорного бизнеса республики; массовый опрос приезжих в г. Казань туристов (118 человек).

Исследование проводилось по заказу Министерства по делам молодежи, спорту и туризму Республики Татарстан. Результаты исследования были включены в разработку программы "Развитие сферы туризма в Республике Татарстан на 2008-2010 гг."

Результаты

Лидерами массовых предпочтений в рейтинге привлекательных видов туризма как для населения республики, так и для гостей столицы являются традиционные виды проведения отпуска - санаторно-курортный, пляжно-экскурсионный, круизный. Такие "экзотические" туры, как охотничий и рыболовный, экологический в меньшей степени привлекают приезжих, нежели, чем самих татарстанцев. Устойчивость в установках населения на проведение отпуска в местах своего постоянного проживания объясняется как наличием богатого природно-рекреационного потенциала региона (63%), отсутствием материальной возможности отдыха за пределами республики (22%), физиологическими причинами ("возраст и здоровье не позволяют далеко уехать", 12%), отсутствием языкового барьера (12%), так и социально-психологическими мотивами - привычка, комфорт (2%).

Наблюдается определенная корреляция между данными, полученными в ходе опроса населения РТ и приезжими туристами относительно проблем, мешающих развитию туризма в регионе: плохая транспортная инфраструктура, нехватка гостиниц и гостиничных номеров эконом-класса, недостаток информации о привлекательных туристических зонах и объектах РТ, низкое качество услуг, отсутствие информационных щитов о городе. Несмотря на то, что набор узловых проблем туристической отрасли РТ имеет свою, республиканскую, особенность и варьируется в зависимости от региона, по такому показателю, как "неудовлетворительное сопровождение населения информацией в сфере туризма" имеет устойчивую преобладание с данными других исследований, проведенных в разных регионах РФ [3].

Основными рекомендациями по повышению эффективности развития республиканского института туризма и, в более общем виде, соответствия региональной туристической отрасли мировым стандартам гостеприимства могут выступать следующие: (1) благоустройство инфраструктуры и основных мест туристского показа; (2) строительство гостиниц эконом-класса, рассчитанных на привлечение и удержание основных потребителей туристических услуг: туристов со средним размером дохода; (3) повышение информированности о туристическом продукте республики, как на внутреннем рынке, так и на мировой арене путем проведения систематических рекламно-информационных кампаний, создания обновленного Интернет-сайта и единого туристско-информационного центра; (4) усиление ориентации туристических услуг республики на демонстрацию этноконфессионального колорита Татарстана; (5) развитие новых направлений туризма (например, «туры выходного дня»). В отличие от других отраслей экономики, туризм ориентирован на долговременные выгоды, увеличение которых напрямую зависит от качества и содержания отношений между потребителями и производителями туристских услуг. В этом плане, важными являются профессиональная подготовка и повышение уровня экскурсоводов, гидов-переводчиков и другого обслуживающего персонала.

Литература

1. "О программе развития туризма в Республике Татарстан на 2005-2010 гг". <www.tatminmolsport.ru/index.php?cat=t> (20.02.08)
2. Осауленко А.П. Туризм как социальный институт// Автореф. дис. канд. с.н.- М.,2003.-с.28.

Методологические вопросы социологического изучения региональной налоговой политики

Желаннова Евгения Алексеевна

Аспирант

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

E-mail: pikul_80@mail.ru

Продолжающиеся процессы регионализации в России актуализируют обращение к методологии исследования эффективности региональной налоговой политики, приобретающей важное общественно-политическое и экономическое значение. Однако до сих пор нет единого трактования этой категории. С одной стороны под ней понимается механизм общегосударственного регулирования территориального развития в виде определения границ суверенитета субъектов РФ в установлении налогов регионального и местного уровня, прочих налоговых и неналоговых платежей, а также доли налогов, подлежащих перечислению в федеральный бюджет. С другой стороны региональную налоговую политику можно рассматривать как набор целей, задач и мер региональных органов власти. При этом важно подчеркнуть, что если на государственном уровне налоговая политика носит обобщенный для всех субъектов РФ характер, за исключением объявленных зон с льготным налоговым режимом, то на региональном уровне она должна быть дифференцированной, адекватной среде её воздействия, привнося в неё, таким образом, черты «территориальности».

Хотя в России в отличие от США налоговая политика фактически плохо согласуется с социально-экономической политикой, эти компоненты неотделимы друг от друга, находятся во взаимодействии и взаимном влиянии [1,43]. Территориальный аспект, привносимый в региональную налоговую политику субъектами РФ, предполагает переход на мезоуровень, где во внимание необходимо принимать не только макроэкономические показатели и зависимости, но и факторы, формирующие специфику экономической среды, на которую в первую очередь оказывают влияние социальные факторы. На этом основании экономическая социология представляется наиболее адекватным полем изучения региональной налоговой политики.

Важно также отметить, что на мезоуровне добавляется новый субъект со своими интересами, увеличивающий вариативность поведения системы, и, как следствие, происходит усложнение социально-экономических взаимоотношений. Поэтому в центре нашего внимания находятся не столько чисто экономические механизмы оптимизации налоговой политики, сколько система взаимодействий структурных элементов политики и социально-экономические последствия этого взаимодействия. В связи с этим исследованию подлежат не органы законодательной и исполнительной власти, региональные власти, налогоплательщики, формирующие сложную многоуровневую структуру, а совокупность их интересов и мотивов, носящих разнонаправленный характер, находящихся во взаимодействии, и механизм достижения согласованности этих интересов.

Сегодня участие государства в региональной налоговой политике сводится к установлению границ самостоятельности субъектов РФ в определении размеров налогов и других платежей, а также к передаче на места исполнения значительной части государственных полномочий. В условиях такого самоустранения от решения значительного объема социальных вопросов интерес государства сводится к максимизации платежей в федеральный бюджет при сохранении в субъектах минимума средств, необходимых для их существования. «Перераспределение полномочий в бюджетной сфере ... завершилось беспрецедентным перекладыванием социальных обязательств федеральных органов на региональные и местные уровни без необходимой передачи на места финансовых результатов» [1, 50].

Региональные органы власти при осуществлении налоговой политики нередко руководствуются либо личными интересами, либо интересами представляемых ими групп. При этом субъект РФ заинтересован в максимальном сохранении собранных налогов и сборов в муниципальном бюджете для финансирования увеличившихся бюджетных полномочий. В составе региональных властей необходимо рассматривать также институт политических партий, которые щедро раздают «социальные обещания», становящиеся впоследствии дополнительным бременем для регионального бюджета, для того, чтобы заручиться поддержкой населения или бизнеса в период выборов.

Налоговые инспекции представляют органы исполнительной власти, осуществляющие посреднические и контрольные функции в сфере налогообложения. Особенность данного института в отсутствии прямого интереса к росту поступлений в бюджет того или иного уровня, в то же время чиновники проверки налогоплательщиков преследуют своей целью не столько контроль над соблюдением налогового законодательства, сколько возможность

обеспечить себе дополнительный приработок за минимизацию штрафных санкций или возможность избежать их полностью.

Налогоплательщики, на наш взгляд, представляются наиболее перспективным ресурсом оптимизации системы регионального налогообложения. Именно на этом уровне решается проблема поступления средств в федеральный, региональный и местный бюджеты. Налогоплательщик в своем решении платить или не платить налоги руководствуется личными интересами, возможностью избежать налогообложения, степенью риска, величиной возможной выгоды, а также уровнем налоговой сознательности и налоговой законопослушности.

М. Леруа при рассмотрении налоговых взаимоотношений вводит принцип налоговой справедливости [2,3]. «Налоговую справедливость» можно рассматривать в нескольких аспектах. В региональном аспекте существует проблема справедливости распределения бюджетных субсидий, трансфертов. Позиция регионов-доноров такова, что распределение средств справедливо осуществлять пропорционально вкладу каждого региона в формирование государственного дохода. Логичным было бы предположить, что справедливость для регионов-реципиентов - в равном субсидировании территорий независимо от уровня развития или даже осуществление трансфертов в пользу отстающих. Решение вопроса о справедливости налогообложения находится в предметном поле социологии, в значительной мере определяется направленностью политики государства на сглаживание территориальной дифференциации или поддержку регионов- «локомотивов».

Еще одним из методологических вопросов, требующих своего разрешения, является отсутствие строгого совпадения границ региона и системы налогообложения. В качестве подтверждения этого факта можно привести законодательное закрепление самых крупных предприятий России за налоговыми инспекциями Москвы и Санкт-Петербурга независимо от их территориального расположения.

Основываясь на рассмотрении общества Т. Парсонсом как системы отношений между её частями и отношений типа «система – окружение», целесообразно исследовать региональную налоговую систему, встроенную в государственную политику, в четырехмерной системе координат: «государство-регион», «регион-регион», «государство-налогоплательщик» и «регион-налогоплательщик», а также как сложную многомерную систему взаимодействия государства, региональных органов власти, органов исполнительной власти и налогоплательщиков.

Литература

1. Аронов А.В., Кашин В.А. Налоговая политика и налоговое администрирование: учебное пособие. – М.: Экономистъ, 2006.
2. М. Леруа. Социология налога: пер. с фр. – М.: Дело и Сервис, 2006.
3. Развитие российских регионов: новые территориальные и методологические подходы/ Институт проблем региональной экономики РАН; отв. ред. Е.Б. Костяновская. СПб.: Наука, 2006.

Еврейской автономной области
Кутювая Светлана Владимировна

аспирант, младший научный сотрудник

Институт комплексного анализа региональных проблем Дальневосточное отделение

Российской Академии наук, Биробиджан, Россия

E-mail: soclab07@rambler.ru

Территориальная локализация населения является процессом самоопределения людей, малых групп в границах какого-либо территориального пространства с целью длительного проживания и хозяйственной деятельности.

Формирование социально-территориальной системы Еврейской автономной области сопряжено с территориальной локализацией населения. Однако существуют особенности, усложняющие этот процесс: экстремальные природно-климатические условия, недостаточно развитая социально-экономическая инфраструктура, снижение потенциала демографического роста, очаговый характер локализации и низкая плотность населения.

На сегодняшний день формирование постоянного ядра населения на Дальнем Востоке является центральной идеей современной концепции социально-экономического развития Дальневосточного региона. Кроме того, уровень социально-экономического положения жителей всего Дальнего Востока России и Еврейской автономной области в той или иной степени влияет на отток или закрепление населения в регионе.

Поэтому в рамках решения проблемы укоренения населения на территории Еврейской автономной области лабораторией региональных социально-гуманитарных исследований был проведен социологический опрос населения с целью выявления причин территориальной локализации населения в Еврейской автономной области. В опросе участвовало 458 респондентов в возрасте от 16 до 76 лет. В большей степени респондентами являлись жители сельских населенных пунктов - 55% , городское население представлено 34%, а в поселках городского типа проживает 11% опрошенных.

Среди опрошенных 18% имеет высшее образование, 33% среднепрофессиональное образование, а 31% респондентов являются студентами. Кроме того, 8 % опрошенных имеют начальное общее образование - это респонденты в возрасте от 50 до 76 лет, для которых не было возможности получить более высокое образование. Этому способствовали следующие причины: трудности, связанные с военным и послевоенным периодом, проживание в сельской местности, многодетная семья, низкий доход семьи и др.

По семейному положению респонденты представлены в следующем соотношении: 41% имеет семью, 13% разведены, 3% овдовели и 43% никогда не состояли в браке. Гражданские браки распространены среди молодежи в возрасте до 35 лет, и их доля составляет 30% опрошенных.

Количество детей, рожденных в юридическом браке, составляет 43%. Брачные союзы, не оформленные юридически, статистически увеличивают число детей, родившихся вне зарегистрированного брака (37%).

Выявлено, что большинство респондентов работают и учатся по месту жительства (74%). 46% работают в государственных, 25% - в частных предприятиях и организациях. Кроме основного заработка на предприятии (в частной организации), 14 % респондентов дополнительно ведут домашнее хозяйство и 10 % занимаются охотой и рыболовством.

При выявлении причин, по которым респонденты проживают именно в этом населенном пункте и именно на данной территории, большинство опрошенных (41%) ответили, что «здесь проживают родители» и (20%) поселились по иным семейным обстоятельствам.

Выявлено также, что в первом поколении проживают на той или иной территории 26%, 39% во втором, 27% в третьем поколении и в четвертом 8% опрошенных.

Главными причинами территориальной локализации для 7% опрошенных является наличие интересующей их работы и столько же закрепились на этих территориях (в основном в городе) приехав сюда учиться, а для 5% респондентов причиной, влияющей на выбор населенного пункта и дальнейшего проживания на данной территории, являются природно-климатические

условия и социально-культурное окружение. 27% опрошенных остались жить именно здесь, так как не имеют возможности переехать в другое место.

61% из опрошенных не собираются менять место жительства, но 27% имеют такие намерения. Причинами таких намерений для большинства респондентов являются отсутствие работы (41%), учеба в другом городе (36%), отсутствие жилья (19%), неблагоприятные природно-климатические условия (8%). Для 5% опрошенных основной причиной выезда за пределы ЕАО является перемещение супруга по службе в Вооруженных силах РФ.

Респондентам также был задан вопрос «Как Вы считаете, что является причиной «вымирания» некоторых населенных пунктов ЕАО?». Большинство опрошенных видят проблему в отсутствии рабочих мест (58%). Это же является одной из причин отъезда населения из ЕАО. 39% респондентов причину видят в разрушении инфраструктуры сельского хозяйства и производства. Для 21% жителей главным фактором для выезда является низкая заработная плата. Также были и другие формулировки причин: отсутствие жилья (27%), миграция молодежи из ЕАО (17%), нежелание властей улучшать уровень жизни населения (11%), низкий естественный прирост (7%), низкий уровень жизни (6%).

Из анализа итогов социологического опроса следует, что позитивными предпосылками для укоренения населения на территории Еврейской автономной области являются:

- сложившиеся семейные традиции;
- преемственность поколений;
- социально-культурное окружение.

Факторами, отрицательно влияющими на укоренение населения являются:

- ухудшение социально-экономического положения как городского, так и сельского населения области;
- упадок сельского хозяйства, промышленных предприятий и соответственно отсутствие рабочих мест на территории проживания;
- отсутствие жилья;
- низкий естественный прирост;
- миграция молодежи в другие регионы РФ;
- снижение уровня жизни населения (как городского, так и сельского).

Литература:

1. Бардышев С.Н. Популярный географический энциклопедический словарь. – И.: Рипол Классик. 2002. – 768 с.
2. Кабузан В.М. Как заселялся Дальний Восток (вторая половина XVII – начало XX века). – Хабаровск: ХКИ, 1976. – 200с.
3. Рыбаковский, Л.Л. Население ДВ за 150 лет /отв. Ред. И.В. Бестужев-Лада –М.: Наука, 1990. – 168 с.

**Бедность как фактор региональной безопасности в
полиэтническом регионе.**

Махмудов Рахим Камилович

Аспирант

*Ставропольский государственный университет, Ставрополь,
Россия.*

E-mail: rakimkam@mail.u

Социально-экономическая стабильность регионов зависит от уровня социальной напряженности и от решения социальных проблем. Поэтому социальный аспект безопасности можно считать на сегодняшний день ключевым.

Последнее десятилетие Южный Федеральный округ являлся для России основной зоной напряженности, терроризма и сепаратистских настроений с одной стороны, а с другой одним из самых крупных ареалов бедности. Несколько чеченских компаний, антитеррористические операции в других республиках ЮФО решили лишь самые острые проблемы безопасности и скорее следствие, чем причину. А одна из причин региональной нестабильности на юге России кроется на наш взгляд в бедности и отсутствии занятости населения.

Это новая и весьма серьезная особенность повлияла на многие стороны социально – экономической жизни территорий. В первую очередь на уровень бедности в округе. Регионы ЮФО, в которых уровень бедности превышает 50% Калмыкия, Ингушетия. Самый низкий уровень бедности (ниже 20%) в Ростовской, Волгоградской и Астраханской области. Даже на фоне этих благополучных районов выделяется Республика Северная Осетия-Алания с численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума 13,8%. Краснодарский край, Республика Дагестан, Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика входят в группу регионов с уровнем бедности от 20 до 27%, в эту группу и входит Ставропольский край с уровнем бедности 24,5 %. Но ряд косвенных индикаторов показывают, что официальные данные об уровне бедности не совсем точно отражают реальную картину. Так по количеству автомобилей на домохозяйство первое место в ЮФО занимает КЧР, по количеству операций с иностранной валютой Дагестан.

Поэтому крайне актуальной является проблема объективной оценки и прогноза уровня бедности региона, исходя из существующего экономического уровня его развития и с учетом долгосрочной экономической политики властей.

С 2005 по 2007 год нами было проведено исследование бедности в Ставропольском крае. Сегодня опорными пунктами трафика бедности в России стали малые города и сельская местность. Это отчетливо прослеживается и в Ставропольском крае. Где значительная часть населения проживает в сельской местности или малых городах. Малые города потеряли ресурс села, а ресурсы города так до конца и несформировались. Так, например, уость

рынка труда в этих регионах приводит к большой безработице. Если в городе спасает вторичная занятость, то в сельской местности и малых городах ее попросту нет.

Итак, с помощью факторного анализа и пространственного отображения индикаторов с использованием ГИС-технологий мы провели типологизацию районов и городов Ставропольского края по уровню бедности, сгруппировав их в следующие типы:

1. **бедные** (периферийно-аграрные приграничные районы со стагнирующим сельским хозяйством и массовым оттоком русского населения);

2. **относительно бедные** (центрально-аграрные сельские районы, возглавляемые, как правило, малыми городами);

3. **проблемные** (аграрно-индустриальные районы, расположенные в зоне влияния крупных городов – краевого центра и КМВ);

4. **благополучные** (западные районы с выгодным экономико-географическим и транспортным положением, динамично развивающимся сельским хозяйством (товарной направленности) и пищевой промышленностью).

Значительное количество бедных региона сконцентрировано в периферийно-аграрных приграничных районах, для которых характерна высокая доля мигрантов и полиэтничность.

Установлены различия в бедности между городом и селом. Если большая часть сельских районов относится к бедным и относительно бедным, то все города краевого подчинения – к проблемным. Только Ставрополь и Пятигорск (краевые «полюса роста») отличаются благополучием (конечно на фоне остального края, в первую очередь, «сельской глубинки»).

Использование разных подходов при измерении масштабов бедности (абсолютного, относительного, субъективного) привело к трем разным вариантам уровня бедности в Ставропольском крае (соответственно): 24,6%, 63,3% и 55,7% .

Проведенный социологический опрос в «ключевых» районах и городах края показал что, во-первых, удельный вес бедных в сельской местности выше, чем в городской. Они соответственно составили 67,3% и 41,6%. Во-вторых, более половины респондентов в сельской местности считают, что их жизнь со временем *ухудшится*, в ответах респондентов из городов картина прямо противоположна, - здесь около половины опрошенных считают, что их жизнь со временем *улучшится*.

Среди причин нынешнего тяжелого положения людей, оказавшихся за чертой бедности, в массовом сознании жителей Ставропольского края доминирует длительная безработица, проживание в бедном районе, лень и неприспособленность к жизни, алкоголизм и наркомания. В сельской местности главными причинами бедности считают длительную безработицу, алкоголизм и наркоманию, а также проживание в бедном районе. В городах - нежелание менять образ жизни, лень и то, что значительная часть бедных это мигранты и беженцы(20% опрошенных). И это на фоне того, что практически две третьих опрошенных считают, что люди на Ставрополье живут хуже, чем в других субъектах Российской Федерации.

Повышение или недостаточно быстрое сокращение числа бедных в регионе является потенциальным источником социального напряжения, ухудшает эффективность экономики региона (снижая потребление) и уменьшает его инвестиционную привлекательность. Социальная неустроенность, поляризация общества при низком уровне толерантности ведет к возникновению конфликтов. Бедность является одним из факторов роста социальной напряженности, и его роль возрастает в регионах, отличающихся полиэтничностью и религиозным многообразием. А наличие определенных сил осознающих это и использующих в своих геополитических целях, наслаивая на это религиозный, националистический фактор дает мощный инструмент влияния и манипуляций.

Литература

1. Ставропольский край в цифрах: Статистический сборник / Ставропольский краевой комитет государственной статистики - 2006 г.
2. www.gks.ru (*Федеральная служба государственной статистики*

России).

Особенности территориальной идентичности пермяков

Несебря Наталья Александровна

доцент кафедры социологии и политологии, кандидат социологических наук

Пермский государственный университет, Пермь, Россия

E-mail: natnes@list.ru

Проблемы социальной идентичности, традиционно понимаемой как отождествление индивидом себя с определенной социальной группой, постоянно привлекают внимание социологов. В контексте процессов глобализации, политической интеграции, размывания социокультурных границ между обществами, особый интерес представляет изучение одного из видов социальной идентичности – территориальной.

В социологическом смысле территорией называется та часть земной поверхности, на которой происходит интеграция деятельности социума и его территориальная саморефлексия [2; 16]. Территория определяет специфику социального взаимодействия индивидов, образ жизни, особенности социального поведения, влияет на формирующиеся социальные институты. Территориальная идентичность – это восприятие индивидом себя как члена определенной территориальной общности, складывающееся как результат двух процессов: объединения и различения [3]. Одновременная принадлежность индивида к различным территориальным общностям – от сублокальных до страновых или межнациональных – позволяет говорить о сложной структуре его территориальной идентичности, где идентичности различной локальности находятся в определенной иерархии. Данная иерархия динамична и во многом ситуативна, что объясняется двойственностью природы социальной идентичности – с одной стороны она является целостным образованием, с другой – постоянно меняется до конца жизни [1]. Иерархию территориальных идентичностей можно представить в виде трех основных уровней:

- 1) микроуровень (городской район, городской округ, микрорайон);
- 2) мезоуровень, состоящий из двух подуровней: а) город или район области, края и б) собственно область, край, республика;
- 3) макроуровень, включающий в себя страновой (национальный) уровень идентичности, и межнациональный (сообщество, содружество государств, часть света и т.п.).

Важно, что далеко не всегда территориальная общность, идентификацию с которой демонстрирует индивид, локализована в четких административно-территориальных границах. Часто границы определены слабо, являются размытыми (как в случае с такими территориальными идентичностями как «сибиряк» или «уралец»). Более того, будучи вербализованными одинаково, территориальные общности субъективно определяются индивидами различно.

В феврале 2008 г. нами было проведено пилотажное исследование, направленное на определение особенностей локальной территориальной идентичности студенческой молодежи г. Перми. Исследование проводилось методом опроса (раздаточное анкетирование), объем выборочной совокупности – 100 чел. В ходе исследования респондентам предлагалось описать образ территориальной общности «пермяки» и расположить ее на субъективной 7-балльной шкале с полюсами «свои» и «чужие».

Анализ результатов показал, что категорию «пермяки» молодые люди наделяют различными смыслами. Во-первых, «пермяки» определяются как жители г. Перми. Приведем некоторые высказывания респондентов: *«Пермяки – это жители нашего города. Это те люди, которые родились и выросли в Перми, и нигде больше. Они знают ее достоинства и недостатки», «пермяки – те, кто живет в г. Перми, в нашей маленькой провинции».* Во-вторых, «пермяками» называются люди, которые родились и выросли в г. Перми, при этом не имеет значения, живут они сейчас в Перми или уехали в другой город: *«Пермяки – это те люди, которые родились и выросли в нашем городе, пусть даже они здесь не живут сейчас».* Заметим, что подобная точка зрения некоторыми респондентами резко отрицается: *«Настоящий пермяк – это тот, кто любит свой город и чувствует его своим домом, а те, кто уехал или хочет уехать – они не пермяки».* В-третьих, пермяки определяются как жители всего Пермского края (субъекта Российской Федерации, образовавшегося в результате объединения Пермской области и Коми-Пермяцкого автономного округа): *«Пермяки – это постоянные жители Пермского края», «Я из Чернушки (один районных центров региона), но про себя говорю, что я пермяк, я ведь в Пермском крае живу».*

Особый интерес представляет четвертая точка зрения, когда «пермяками» называются жители Пермской области, но не Коми-Пермяцкого АО. Характерно следующее высказывание респондента: *«Пермяки и коми-пермяки – разные люди, у нас нет ничего общего»,* иллюстрирующее существование противопоставления «пермяки» и «коми-пермяки» и наложение территориальной и этнической идентичностей в сознании молодых людей.

Несмотря на многообразие субъективных смыслов категории «пермяки», степень отождествления молодежью себя с данной территориальной общностью высока (средний балл в исследуемой группе по 7-балльной шкале – 6,6). Более того, 90% респондентов отметили соответствие максимального значения территориальной общности «пермяки» на шкале «чужие – свои».

Основными элементами локальной территориальной идентичности для молодых пермяков выступают а) язык: *«все пермяки слова говорят с явно выраженным акцентом на «о»; «пермяки «окают», «в Перми говорят слово «стряпать»»;* б) менталитет: *«Я – пермяк, потому что у меня пермский менталитет и привычки».* Язык и менталитет выступают своеобразными маркерами, позволяющими отделить одну территориальную общность от другой, сопоставить «себя» и «их», обозначить свою территориальную идентичность.

Литература

1. Павлова О.Н. Идентичность: история формирования взглядов и ее структурные особенности. М., 2001 / <http://pavolga.narod.ru/identity.html>
2. Рязанцев И.П., Завалишин А.Ю. Территориальное поведение россиян (историко-социологический анализ). – М.: Академический Проект, Гаудеамус, 2006.
3. Шматко Н.А. Территориальная идентичность как предмет социологического исследования // Социологические исследования. 1998. № 7. С. 94 – 98.

Общественное мнение как фактор формирования городской инфраструктуры.

Никитина Анна Леонидовна

Студент, 4 курс

Череповецкий государственный университет, Череповец, Россия

E-mail: gorchushka@mail.ru

Введение.

Город – это особое социально – пространственное образование наряду с деревнями, селами, поселками и другими локальными ареалами существования людей, а благополучие и процветание городской среды и живущих в нем людей, во многом зависит от того, насколько этот город удовлетворяет потребностям его жителей, насколько хорошо в нем развита инфраструктура. Для Череповца эта тема является особенной важной, так как это молодой развивающийся город, где недавно сменилась власть в лице мэра и главного архитектора, поэтому старые методы планирования стали уже не востребуемыми. Также увеличение населения за счет миграции из деревень приводит к росту города, что ставит приоритетной целью развитие инфраструктуры. Это и определяет актуальность данной темы.

Методы.

В качестве основных нами были использованы методы систематизации теоретических знаний по проблеме и анализа результатов социологического исследования, которое было проведено в рамках программы «Здоровый город» при поддержке мэрии города Череповца. Данное исследование проводилось с 24 сентября по 8 октября 2007 г. Генеральная совокупность - население города Череповца старше 18 лет, выборочная совокупность - случайная, квотная по социально-демографическим признакам. Суммарный объем реализуемой выборочной совокупности – 1184 чел. Погрешность не превышает 3,5%. По результатам данного опроса общественного мнения нами были выявлены наиболее приоритетные стороны в формировании и развитии инфраструктуры города Череповца.

Результаты.

В системе города можно выделить три градообразующие подсистемы, взаимодействие которых определяет его устойчивость: демографическую, техническую – все искусственные материальные образования, создающие инфраструктуру города и экологическую подсистему – естественную среду, включенную в систему города. В рамках данной работы, обратим внимание на техническую подсистему города. Она формируется многообразной производственно – экономической деятельностью людей и представляет собой совокупность всех технических объектов города: здания, дороги, транспортные средства, коммуникации, сооружения, рекламно – осветительные системы, малые архитектурные формы и т.д. Эффективная жизнь города и его населения в современных условиях зависит от количества и качества всего комплекса технических средств и технических систем жизнеобеспечения. Об этом говорит хотя бы то, что в программе деятельности городских органов управления до 75% времени занимают вопросы технического характера: инфраструктура, транспорт, коммуникации, строительство, ремонт, дороги и др. Необходимо комплексно, а точнее

системно решать проблему эколого – технической организации городской среды, именно это обеспечит создание предметного гармонического основания городского социума.

При развитии этого социума важную роль играет общественное мнение, так как именно жители могут наиболее точно выразить, чего им не хватает в городском пространстве. Общественное мнение – это специфическое проявление общественного сознания, выражающееся в оценках и характеризующее явное (или скрытое) отношение больших социальных групп (в первую очередь большинства народа) к актуальным проблемам действительности, представляющим общественный интерес.

В рамках данной работы мы рассмотрели, какие моменты по благоустройству города Череповца наиболее волнуют его жителей, что им хотелось бы изменить, какие строительные объекты они считают наиболее важными для дальнейшего развития городской инфраструктуры. В ходе анализа результатов социологического исследования мы получили следующие данные:

1. Оценка качества дорог: 45% опрошенных оценили состояние городских дорог как удовлетворительное, 30% - как хорошее. В то же время пятая часть респондентов (20%) поставила неудовлетворительную оценку. Наиболее удовлетворены состоянием дорог жители Северного района – суммарно на хорошо и отлично оценили качество дорог 84% респондентов. Хуже всего оценили состояние дорог жители Индустриального района – 34% респондентов отметили состояние дорог как «неудовлетворительное». Оценка состояния внутридворовых тротуаров отличается от оценок общего состояния дорог. 36% жителей оценили их на удовлетворительно, $\frac{1}{4}$ жителей (25%) оценили их на неудовлетворительно. На хорошо и отлично состояние дорог во дворах оценили 18% и 4% респондентов соответственно. 2. Оценка эстетического облика города: респонденты достаточно высоко оценивают эстетический облик Череповца – 43% поставили высокую оценку и такое же количество – среднюю. Низко и очень низко облик Череповца оценили 5% и 1% респондентов соответственно. Для улучшения эстетического облика, по мнению жителей, не хватает парков (41%), красивых фасадов зданий (40%), фонтанов (35%), разнообразных зеленых насаждений (34%), набережных (29%), скверов (26%) и памятников архитектуры (19%). 3. Оценка жителями города внешнего облика своего двора по 5-ти бальной шкале («5» -отлично, «4»- хорошо, «3»- удовлетворительно, «2»- неудовлетворительно, «1»- затрудняюсь ответить): «5»- 3%, «4» – 19%, «3» – 43%, «2» – 22%, затруднилось ответить на данный вопрос 13% респондентов. Можно сделать вывод о том, что несмотря на высокие оценки эстетики города в целом, большинство жителей отмечает удовлетворительное и неудовлетворительное состояние внешнего облика своих дворов. Помимо оценок респонденты высказали свое мнение по поводу наличия различных предприятий в городе.

Большее количество респондентов отмечает, что в их районе достаточно предприятий сферы услуг (65%), магазинов продовольственных товаров (91%), магазинов промышленных товаров (81%), рынков (72%) и предприятий общественного питания (57%). Что касается мест проведения отдыха и досуга, то здесь можно отметить, что их не хватает для детей (60% респондентов высказали мнение об их нехватке), людей среднего и пожилого возрастов (63% и 70% респондентов соответственно).

В заключении хотелось бы отметить, что за последние 2 -3 месяца городская власть осознала, что общественное мнение является очень важным фактором при формировании городской инфраструктуры, ведь именно оно может наиболее полно и точно дать ответ на вопрос, в чем нуждаются жители городского пространства, какие «слабые места» имеются в существующей технической системе, на что следует обратить внимание при дальнейшем планировании развития города. Опросы общественного мнения стали очень популярны и востребованы в нашем городе, их результаты находят свое применение в изменении планирования городской архитектуры, особенно в новых микрорайонах города. Что касается последнего опроса, то он показал, что приоритетами в формировании и развитии городской инфраструктуры должны стать ремонт и строительство дорог, «облагораживание» дворов, строительство спортивных учреждений, детских площадок, мест культуры и отдыха для людей

среднего и пожилого возраста. Именно на эти аспекты руководству города и следует обратить внимание при дальнейшей разработке планов развития.

Литература.

1. Зеленов Л. А. Социология города: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2000.- 192с.
2. Общественное мнение: методологические рекомендации для проведения социологических опросов/Под ред. Ж.Т. Тощенко. М., 1980.
3. Компьютерная база соц. исследования «Здоровый город», Череповец, 2007г.

Патриотизм в оценках жителей Волгограда

Овчар Надежда Андреевна

Кандидат социологических наук, доцент кафедры истории, культуры и социологии
Волгоградский государственный технический университет, Волгоград, Россия

E-mail: onadine@mail.ru

Патриотизм является ценностной категорией, свидетельствующей об отношении человека к своему Отечеству, преданности и любви к родине, своему народу. Патриотически настроенный человек привержен национальным традициям, общественному и политическому устройству, языку и вере своего народа. Патриотизм проявляется в гордости за достижения родной страны, в сопереживании ее неудачам и бедам, в уважении к ее историческому прошлому, к народной памяти и культуре.

Определив, таким образом, категорию «патриотизм», обратимся к оценкам жителями Волгограда своей патриотичности и их отношению к данному термину. В ноябре 2007 г. нами было проведено социологическое исследование среди волгоградцев (N=611, выборка репрезентативна по полу и возрасту, отбор респондентов осуществлялся методом «снежного кома», статистическая погрешность 4%).

Его результаты показывают, что, в целом, интуитивно, ряд признаков населением фиксируется. Так, одним из самых популярных ответов на вопрос о том, что значит быть патриотом, являются уважение и знание истории России (53%), гордость за страну (48%) ответственность за события в стране (37%).

Однако, тестовые вопросы на проверку знаний, свидетельствуют о недостаточной информированности волгоградцев о ключевом событии в истории города - Сталинградской битве. В частности, для 32% респондентов было затруднительно назвать художественные произведения, кинофильмы о Сталинградской битве (названы другие фильмы о войне или не названо ничего), 65% респондентов не знают об одном из значимых исторических памятных мест времен Великой Отечественной войны, расположенном в нашем городе – «Острове Людникова».

Формирование системы ценностей, одним из элементов которой, в ряду терминальных ценностей, находится патриотизм, происходит не в одночасье, и сама среда, которая может быть представлена совокупностью таких факторов, как территория, политические условия, социальное окружение, материальные условия и ряд других, определяют отношение индивида к среде.

До формирования позитивного образа территории проживания происходит территориальное определение жителя, его идентификация с местом проживания, признание его

«своим», а других территорий, других регионов – «чужими». Н. Ф. Наумова отмечает, что в условиях нестабильного общества идентификация с группой «мы» (то есть определение референтной группы) выполняет две функции. На личностном уровне – это поиск защиты, понимания, помощи. Для личности этот процесс важен как стабилизирующий, укрепляющий ее внутренние и внешние позиции. Влияние его на стабильность социальной системы зависит от того, насколько отработан механизм согласования групповых интересов [1, с. 116].

Земляческие отношения способствуют конструированию территориального сообщества и формированию прочных социальных связей внутри его, приводят к укреплению социальной стабильности. П. Сорокин в своем труде «Система социологии» отмечал: «Из всех связей, которые соединяют людей между собой, связи по местности являются самыми сильными. Одно и то же местожительство порождает в людях общность стремлений и интересов» [2, с. 210].

Определяя Волгоград как некое территориальное сообщество, референтной группой для патриотически настроенных жителей города, мы стремились в ходе исследования выяснить, какова доля патриотов в нашем городе (хотя бы по их собственным оценкам), а также в какой степени они идентифицируют себя с местом проживания – городом Волгоградом, как они относятся к своему месту жительства, каковы отличительные черты, которые фиксируют горожане в облике Волгограда.

Итак, исследование показало, что 83% волгоградцев считают себя патриотами. Поясним, что речь идет о стране в целом. При ответе на вопрос, считают ли респонденты себя волгоградцами, результаты отличались – 93,5% ответили утвердительно. Таким образом, местная, локальная, территориальная идентичность, которая не является оценочной (в отличие от категории «патриотизм», связанной с любовью к родине, уважением и гордостью за нее и ее историю) и выступает проявлением земляческих отношений, скрепляет данную общность.

Отвечая на вопрос «Что отличает Волгоград от других городов России» горожане, в первую очередь, отмечали протяженность города (64%), обилие памятников времен Великой Отечественной войны (63%), плохие дороги (42,3%), жаркий климат (22,5%).

Испытывают чувства гордости по отношению к месту своего проживания – Волгограду - 36% респондентов, недовольства и обиды - 26%, радости - около 10%, не испытывают особых чувств – 27% волгоградцев.

Достаточно интересными представляются нам ответы на вопрос, предполагающий сравнение Волгоградской области с соседними регионами. Так, пессимистично настроены около 33% горожан – по их мнению, в Волгоградской области живется хуже, чем в соседних регионах. В Волгоградской области живется также, как и в соседних регионах – считают 61,5%.

Присутствие в оценках места своего проживания по ряду позиций (отличительные черты, чувства и т.д.), как положительных, так и отрицательных оценок (см. выше) свидетельствует, по нашему мнению, не столько о патриотизме, как любви к родине, а, скорее, взвешенной позиции и трезвой оценке успехов и слабостей региона. Собственно, в этом же нам видится причина того, что в определении категории «патриотизм» на третьем месте, по оценкам волгоградцев, ответственность за события в стране (37%), а на шестом – участие в политической и общественной жизни (18,5%).

Гражданская позиция человека, жителя города или страны, таким образом, заключается не только в безграничной любви к отечеству. Обладая социально-психологической и нравственной сущностью, гражданская позиция должна сочетать в себе и чувство любви к Родине, и ответственность за развитие ее социальных и политических институтов, и осознание себя как полноправного гражданина, обладающего совокупностью прав и обязанностей. Активная гражданская позиция предполагает участие в формах прямой демократии, местном самоуправлении, что позволит, в результате собственных действий и усилий, создавать благоприятную среду обитания – территорию, материальные условия, социальные блага и т.п., а затем ценить, беречь эти достижения, гордиться ими.

Библиографический список:

1. Наумова, Н. Ф. Рецидивирующая модернизация в России: беда, вина или ресурс человечества? / Н. Ф. Наумова. - М.: УРСС, 1999. – 176 с.
2. Сорокин, П. Система социологии / П. Сорокин. - М.: Наука, 1993. Т.2

Исследование социальных изменений в регионе (Красноярский край) 2001-2005 годы
Пономарева Ю. Е.¹⁰

аспирант

ФГОУ Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия

E-mail: ponomareva@krskstate.ru; jf79@inbox.ru.

Современная социальная реальность дает возможность исследования широкого спектра социальных изменений. Информационная стадия развития общества вносит, как глобальные, так и элементарные коррективы в жизнь государства, общества и гражданина. Начало XXI века многими исследователями рассматривается как период относительной стабилизации общественного развития в России. В то же время, очевидно, что динамика социума непрерывна и субъект власти привносит изменения в социальные и производственные отрасли. Данная работа направлена на исследование и классификацию социальных изменений, сопряженных с реформами 2001-2005 годов. Подобное исследование актуально, потому, что, во-первых, российское правительство продолжает реализацию крупномасштабных реформ и модернизационных проектов, которые следует рассматривать как равноправную часть структуры социальных изменений; во-вторых, описание и классификация социальных изменений увеличит возможности прогнозирования дальнейшего развития; в-третьих, знания об истории и перспективах развития общества в рамках государственных преобразований позволят управленцам улучшить качество стратегического планирования, а гражданам лучше ориентироваться в окружающем мире.

Цель исследования - описание и классификация социальных изменений на их динамической символической модели.

Под динамической символической (медийной) моделью мы понимаем отражение социальной реальности в информационном пространстве, отвечающее следующим требованиям: соответствие репрезентации способу организации социального мира; соответствие между аппаратом, используемым в процессе моделирования, и концептуальным аппаратом моделируемой теории; соответствие между теорией и социальным миром. [1, С. 525]

В исследовании мы апеллировали к трем уровням классификации социальных изменений. Во-первых, это три макросоциологических иерархических уровня, согласно принципу минимального универсума: вещественно-энергетический, функционально-организационный и информационный. Во-вторых, мы классифицируем изменения по уровням

¹⁰ Консультант отдела мониторинга СМИ и анализа общественного мнения Совета администрации Красноярского края. Тезисы доклада основаны на материалах исследований, проведенных в аналитическом отделе.

социума: природные; демографические; изменения в производственной сфере; изменения в системе управления; изменения в социальной организации; изменения в социальной структуре общества; изменения, происходящие в духовной сфере. Эти семь уровней изменений укладываются в предыдущие три. [2, С. 191] В-третьих, подразделяем социальные изменения по инициации субъектом власти, то есть на те, которые предполагались в ходе реформирования – реформаторские, и те, которые возникли стихийно – стихийные.

Подробный мониторинг и анализ сообщений средств массовой информации позволяет описать основные аспекты социальной динамики, зафиксировать и классифицировать социальные изменения, связанные с внедряемыми государством реформами. [3, С. 480; 4, С. 241] Используя метод контент-анализа, мы провели исследование отражения социальной динамики в информационном пространстве.

Период исследования - с 2001 по 2005 годы.

Выборка включала в себя сообщения и материалы наиболее рейтинговых и репрезентативных средств массовой информации, распространяющихся в городах и районах Красноярского края. Для анализа отбирались материалы СМИ, связанные с семью реформами: жилищно-коммунального комплекса; местного самоуправления; образования; здравоохранения; пенсионной; системы льгот (монетизация); АПК.

Итоги исследования можно свести к следующим основным выводам.

– Процесс государственного реформирования в регионе в начале XXI века сопутствует всем семи основным уровням социальных изменений. Социальные изменения могут быть как реформаторскими, так и стихийными. Стихийные изменения можно объяснить через синергетический феномен – самоорганизации социальных систем в условиях внешнего воздействия. Их направленность не определяется волей субъекта власти и может объясняться через самоорганизацию социальных систем, которая определяется способностью системы, оказавшейся под воздействием изменяющихся внешних условий, самостоятельно находить свое оптимальное состояние и достигать устойчивости.

– Социальные изменения имеют как экзогенный, так и эндогенный характер; направленные с точки зрения субъекта власти и ненаправленные с точки зрения стихийных изменений; изменения в рамках реформирования на первый взгляд относятся к «явным», однако могут быть сопряжены и с «латентными» изменениями. Репрезентации стихийных изменений на динамической символической модели будут наиболее очевидны в том случае, если реформа затрагивает вопросы социального неравенства или отношений в системе власти; и менее очевидны в том случае, если реформа направлена на духовную сферу.

– Реформаторские изменения распространяются по уровням социума постепенно. По мере нарастания мероприятий по реализации реформы они сначала затрагивают реформаторские уровни изменений, а затем распространяются на стихийные. Иными словами, в данном случае на первый план выходят изменения на функционально-организационном уровне.

– Распределение социальных изменений демонстрирует реакцию различных категорий граждан на государственные реформы – в рамках синергетической парадигмы это можно интерпретировать как самодстройку социума для сохранения относительного порядка. Спецификой современных реформ можно считать то, что все они направлены на изменения в системе управления.

Информационное пространство, рассматриваемое как динамическая символическая модель социальной реальности, отражает широкий спектр государственных преобразований. Мониторинг и контент-анализ сообщений масс медиа позволяет получить общее представление о социальной динамике, провести классификацию социальных изменений и оценить эффективность воздействия преобразований на реформируемую отрасль.

Литература

1. Немировский В.Г. Возможности исследования социальных изменений с помощью динамической символической модели / Ю.Е. Пономарёва. В.Г. Немировский. — Вестник Красноярского аэрокосмического университета. — № 13, Красноярск: 2006. — С. 525-529.

2. Немировский В. Г., Невирко Д. Д., Гришаев С. В. Социология: Классические и постнеклассические подходы к анализу социальной реальности. - М.: Российск. Гос. Гуманит. Ун-т., 2003. – 557 с.
3. Young Pauline V. Scientific social surveys and research. - N. Y.: Grune & Stratton, 1984. – P. 480 -484.
4. Федотова Л. Н. Социология массовых коммуникаций. - СПб.: Питер, 2004. – 397 с.

Городской образ жизни как объект социологического анализа
(на материале г. Тольятти)
Прохорова Дарья Юрьевна
студентка

Тольяттинский государственный университет, г. Тольятти, Россия
d.prokhorova@list.ru

В городском социуме можно наблюдать наличие специфических связей и взаимодействий, которые определяют особенности городского образа жизни. В современном социуме индивидуалистические ценности становятся сущностью морали и этики поведения. Именно ими определяется мера включенности городского жителя в ритм жизни города, социальные события и явления.

Как показало пилотажное исследование, проведенное кафедрой социологии Тольяттинского госуниверситета, в числе основных объективных факторов городского образа жизни, определяющего специфику досуга горожан, их ценности, выступают территориально-демографическое, экономическое и социокультурное основания, а также профессиональная деятельность индивида. К субъективным факторам можно отнести отношение к городу, жизненные и семейные ценности, свободное время.

Под образом жизни, как вытекает из результатов исследования, многие (59%) понимают ценности и жизненные цели, а также манеры и привычки поведения, семейные правила. На наш взгляд, городской образ жизни характеризуется особыми формами профессионального самовыражения и досуговой деятельности, которые заметно отличаются от аналогичных проявлений в сельской местности. Как и на селе, горожане отдают предпочтение семейному образу жизни. Однако, как показал опрос, доминантой образа жизни респондентов является всё-таки работа, в связи с чем можно сказать, что стиль жизни горожан – трудовой. Как оказалось, в крупном промышленном городе, каким является Тольятти, два выходных еженедельно имеют далеко не все, а лишь половина респондентов. К счастью, во время отпуска ответившие на вопросы анкеты отдыхают.

В городе важную роль играет корпоративная культура, культура профессиональной самоорганизации, не адекватной общественной, просоциальной. К тому же характерными чертами городского образа жизни являются также ориентация на гедонизм, развлечения, соразмерные профессиональному амплуа.

Формы досуга типично городские, можно сказать, инструментальные. В условиях города межличностные отношения сужаются зачастую вплоть до размеров нуклеарной семьи, в то время как профессиональные связи могут широко разрастаться. Многие из опрошенных (53%) стараются по возможности посещать корпоративные вечера, что объясняется тенденцией руководства подобным образом формировать корпоративную культуру. В то же время для большинства (69%) важной составной частью образа жизни является празднование семейных событий. Свободное время чаще всего проводится с родственниками, в кругу друзей, на природе.

К числу характеристик, определяющих образ жизни россиян в целом, опрошенные называют такие черты: вседозволенность, карьеризм, «красивую жизнь», половую свободу, семейная жизнь, индивидуализм, получение образования, воспитание детей. Наиболее интересным типом людей, на взгляд респондентов, являются люди «семейные» и «оптимисты». Последнее напоминает о недавних годах всеобщего кризиса и свидетельствует о том, что всё общество нуждается в положительном подкреплении процесса движения вперёд, к лучшему будущему.

Среди ценностей жизни многие выделили любовь и поддержку близких (68%), а также здоровье своё и членов семьи (80%). Материальный успех отметили только 34%, что лишнее раз доказывает: для современного горожанина деньги – не главная ценность, а лишь средство для обеспечения существования.

Как оказалось, респондентам важно жить именно в городе, что подкрепляет гипотезу о том, что чувство горожанина – одна из особенностей городского образа жизни. Мало кто желает покинуть город, переехав в него из села или родившись в нем. Привлекают как экономические перспективы, так и социально-культурные возможности города.

Есть и ещё одно преимущество городского образа жизни: в городе жить интересно в силу наличия чувства общности. В Тольятти на момент переписи 2002 г. проживало чуть более 700 тысяч человек. Среди опрошенных большинство (71%) по возможности стараются посещать общегородские мероприятия, которые проводятся в каждом из трёх административных районов. В таких событиях реализуется потребность в сопричастности к общему делу, в принятии совместных значимых решений, в положительных переживаниях.

Литература

1. Роберт П. Город / П. Роберт, Э.Берджесс, Р.Д. Макензи. – Чикаго: Чикагский университет прессы, 1925.
2. Пирогов С.В. Конспект лекций по курсу социология города / С.В. Пирогов. – Томск, 2003.

**Культурный туризм – перспективная составляющая в развитии исторического города
России**

Рудакова Наталья Владимировна

Старший преподаватель, кандидат социологических наук

*Иркутский государственный университет, факультет сервиса и рекламы, Иркутск,
Россия*

E-mail: nata@ru.baikal.ru

Культурный туризм во многих странах мира признан одной из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей экономики, играющих важную роль в обеспечении устойчивого социально-экономического развития территориальных общностей разного уровня. Современный культурный туризм превращается в успешную технологию, дающую возможность развиваться туристическим центрам, выявлять, сохранять и эффективно использовать историко-культурное наследие.

Уникальность российского исторического города как объекта культурного туризма определяется наличием и гармоничным сочетанием здесь системы архитектурных, мемориальных, археологических объектов, исторической застройки, инженерно-технических сооружений, традиций народных промыслов, ремесел и хозяйственно-бытовой деятельности, фольклора и обрядовой национальной культуры, природных достопримечательностей, представляющих исключительную ценность и значимость. Комплекс историко-культурного наследия — это особый и очень важный экономический ресурс исторического города, он может и должен стать основой особой отрасли специализации, стать одним из перспективных направлений развития экономики города, восстановления системы традиционного хозяйства, и что особенно важно, развития туризма.

Именно культурный туризм превращает сферу культуры в ресурс развития городских территорий, способствует решению множества проблем – от расширения сферы приложения

труда и улучшения социально-демографической структуры населения до поддержки реставрационных и восстановительных работ на памятниках, развитию уникальных предприятий и художественных промыслов. Отличительными особенностями культурного туризма являются внесезонность, прогнозируемость и массовость.

Следует признать, что в России развитость культурного туризма пока еще не достигла значительных размеров. Как показывает исследование, наиболее популярными экскурсионными центрами в России являются Москва и Санкт-Петербург, древние города «Золотого» и «Серебряного кольца России», города архангельской области и поволжские города. Убеждены, что география культурного туризма в стране может и должна быть гораздо обширнее сегодняшней, т.к. реальным каркасом туристского потенциала являются более 400 городов, которым присвоен статус «исторического города», из них около 300 - это малые и средние города российской глубинки европейской и азиатской части страны. Только в России имеется такое количество исторических городов, еще сохранивших свою самобытность. В городах данной категории проживает сорок один процент населения страны, что позволяет говорить о проблеме развития исторических городов как об одной из важнейших государственных проблем.

Историко-культурные ресурсы исторических городов России представляют интерес для туристов и экскурсантов, однако к настоящему времени историческая среда большинства российских городов находится в кризисном состоянии. Значительное количество памятников истории и культуры нуждается в срочной реставрации или реконструкции. Кроме этой проблемы, можно выделить и другие проблемы, сдерживающие развитие культурного туризма в исторических городах. Среди них:

- неразвитая туристская инфраструктура;
- нехватка квалифицированных кадров. Особенно остро ощущается нехватка краеведов, экскурсоводов, гидов, аниматоров, менеджеров культурно - познавательного туризма;
- туроператоры практически не занимаются разработкой новых маршрутов;
- существующие маршруты культурного туризма проходят либо по нескольким «накатанным» местам, либо выглядят как набор не связанных между собой посещений различных памятников. Многие достопримечательности в городах вообще никак не предъявляются туристам, отсутствует информация об их культурном и туристском потенциале.
- плохо поставлена реклама культурного туризма, не ведется разработка презентационной и сувенирной продукции, не отслеживается спрос на маршруты.
- музеи практически не участвуют в туристской деятельности.
- скудный ассортимент туристского продукта;
- проблемой остается невысокое качество обслуживания во всех секторах туристической индустрии.

Эти и многие другие факторы, сдерживающие развитие культурного туризма, не позволяют создать полноценные историко-культурные туристические программы в исторических муниципальных образованиях.

Со стороны государства требуются действия на макроуровне, гарантирующие стабильное развитие туризма. Среди них можно выделить следующие: 1) внесение изменений и дополнений в федеральные законы, направленные на создание благоприятных условий для развития культурного туризма и предпринимательства в сфере культурного туризма; 2) создание организационно-правовых механизмов использования финансовых средств, получаемых благодаря посещениям культурных туристских ресурсов, для их поддержания и охраны; 3) изменение сложившейся системы финансирования охраны и восстановления наследия, выявление возможностей его расширения и увеличения; 4) пересмотр системы распределения налогов, с тем, чтобы они оставались на местах и местные власти были заинтересованы в развитии туристической инфраструктуры, в притоке туристов. В данной связи возможно использование механизмов экономического регулирования в исторических городах как особых экономических зонах для развития культурного туризма; 5) формирование благоприятного инвестиционного климата для российских и иностранных компаний, вкладывающих средства в развитие туристической инфраструктуры в России; 6) создание системы информационно-рекламной поддержки туристских ресурсов в сфере культурно-познавательного туризма и др.

Вклад региональных и муниципальных органов власти, а также предпринимательства в сферу развития культурного туризма в исторических городах России может состоять в реализации следующих мероприятий: 1) реставрация исторических памятников архитектуры и градостроительства, подготовка имеющихся достопримечательностей к туристско-экскурсионному показу; 2) развитие туристской инфраструктуры; 3) создание ландшафтно-рекреационных территорий; 4) организация транспортных и пешеходных связей; 5) формирование культурно-туристских зон; 6) разнообразие ассортимента туристского продукта.

Эффективное развитие культурного туризма открывает возможности для сохранения имеющегося культурно-туристского потенциала, улучшения экономического положения исторических городов России и повышения качества и уровня жизни местного населения.

Интеграционные и дезинтеграционные процессы в социальном пространстве Сибири: о необходимости и специфике исследования

*Сапижев Данил Михайлович*¹¹

соискатель

*кафедры социальной философии и социологии Иркутского государственного университета,
Иркутск, Россия*

E-mail: drednoutt@yandex.ru

Необходимость разработки теоретических и прикладных аспектов научной проблемы факторов и принципов развития социального пространства регионов Сибири в условиях современного этапа эволюции общественно-хозяйственной системы России может быть обоснована совокупностью аргументов.

Первый аргумент состоит в динамичном преобразовании функционального содержания и структурной организации социально-экономических систем регионов России в условиях рыночных трансформаций и реструктуризации страны. Развитие становится ключевым понятием для характеристики социально-экономических систем большинства российских регионов. Вместе с тем многие существенные аспекты указанной эволюции пока что не нашли адекватного отражения в современной экономической науке.

Второй аргумент заключается в необходимости классификации и оценки конкретного воздействия множества специфических факторов развития социально-экономической системы региона, которые обусловлены пространственной локализацией данной системы в

¹¹ Автор выражает признательность профессору, д.с.н. Грабельных Т.ВИ. за помощь в подготовке тезисов.

административно очерченных границах субъекта РФ. За последние годы в ряде крупных субъектов России сформировались и получили импульс развития относительно обособленные пространственные системы, которые в научной литературе в ряде случаев квалифицируют, как субрегиональные. Факторы их эволюции недостаточно изучены.

Третий аргумент состоит в необходимости обоснования принципов развития указанного социального пространства регионов Сибири. Организованная совокупность таких принципов формирует концепцию эволюционного процесса, а вместе с тем и основание для построения и реализации эффективных стратегий и инструментов региональной социально-экономической политики. Развитие региона, отчужденное от концептуальной политики, не может обеспечить эффективное использование имеющегося созидательного потенциала и достижение необходимой конкурентоспособности пространственной системы. Для современной экономики характерна тенденция к регионализации общественно-хозяйственной жизни, последовательному возвышению роли регионов в развитии всей страны.

Анализ отечественных и зарубежных исследований, посвященных развитию социально-экономической системы региона, позволяет утверждать о недостаточной разработке совокупности существенных аспектов проблемы развития указанной пространственной системы, и прежде всего, установления факторов и обоснования принципов эволюции системы региона. Эти обстоятельства определили выбор темы исследования, постановку его цели и конкретных задач.

Цель работы состоит в исследовании места и роли интеграционных и дезинтеграционных процессов как фактора структуризации социального пространства Сибири. Это обуславливает решение комплекса взаимосвязанных задач:

- определение функционального содержания социального пространства регионов Сибири;

- классификация факторов развития региональной локальной системы;
- анализ дезинтегрирующих и интегрирующих факторов развития регионов Сибири;
- обоснование принципов развития социального пространства регионов Сибири.

При анализе специфики социального пространства регионов Сибири мы будем опираться на методологические подходы, концептуальные положения теории региональной экономики (функциональное содержание системы региона, пространственная организация социально-экономических отношений, локализация региональной системы), институциональную теорию (институты власти и собственности, контрактные соглашения, институциональная среда), теорию переходной экономики (системное преобразование экономических отношений, дезинтеграция системы), теорию стратегического управления (стратегии и инструменты, субъектно-объектное взаимодействие, принципы развития), эволюционную теорию (пространство и время, зоны роста, периферия и центр системы, факторы развития).

Научная новизна исследования заключается в реализации эволюционного подхода к исследованию процесса формирования и развития социального пространства регионов Сибири, определении и классификации основных факторов, а также обосновании принципов развития данной пространственной системы в условиях современного этапа эволюции социально-экономической системы России.

Литература

1. Барбаков О.М. Региональное управление: реалии и перспективы. СПб.: Лань, 1999.
2. Дрожжин Р.В. Функциональное содержание социально-экономической системы региона // Научная мысль Кавказа. 2006. Специальный выпуск № 7
3. Дрожжин Р.В. Понятие региональной системы // Социально-экономические проблемы развития Южного макрорегиона. Выпуск 10. Краснодар: ЮИМ, 2007
4. Ермошкин А.И., Овчинникова Т. И., Цыганов В.В. Овладение региональными центрами капитала // Региональная экономика в информационном измерении: модели, оценки,

Роль структуры федеральных округов в развитии межрегионального взаимодействия современной России

Серебрякова С.В.

аспирантка

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

E-mail: svetlana@socio.msu.ru

Федеральные округа Российской Федерации были созданы в соответствии с Указом Президента России № 849 «О полномочном представителе Президента Российской Федерации в федеральном округе» от 13 мая 2000. По своей сути федеральные округа не являются частью административно-территориального деления Российской Федерации, их создание представляет собой некое политическое действие, актуализированное на рубеже XX века центробежными процессами, направленное на интеграцию субъектов РФ, повышение эффективности управления на уровне регионов. Сегодня с момента реформы прошло чуть менее восьми лет, данная структура, представленная Координационными Советами при уполномоченных представителях, явилась инструментом интеграции российского общества, к 2007 году по сути вытеснила функции ассоциаций экономического взаимодействия, в которые входили «первые

лица» субъектов федерации. При этом в ходе массового опроса 2005 года¹² было выявлено, что 72% респондентов с высшим образованием вообще ничего не знали о работе полпредов, не считали, что деятельность полномочного представителя Президента хоть как-то влияет на развитие их региона 38% опрошенных; 35% с высшим образованием вообще затруднились ответить либо дали неверный ответ на вопрос к какому федеральному округу относится область, край, республика, в которой они проживают. Наряду с этим, полагали, что главная задача полпредов - представлять интересы регионов, входящих в федеральный округ, перед центральными властями, 34% опрошенных. Чуть более четверти респондентов (27%) соглашались с альтернативным суждением: главная задача полпредов - представлять центральную власть в регионах. Затруднились ответить на этот непростой вопрос 39% участников опроса.

Цель нашего исследования - исследование формирования и развития основ межрегионального взаимодействия, описание его структуры, механизма и моделей существования. Это представляется возможным осуществить через реконструктивный анализ социально-территориальных неравенств регионов в континууме «центр – полупериферия - периферия».

В качестве объекта исследования выступает региональная структура современного российского общества.

Предметом исследования являются содержание, формы и механизм системы межрегионального взаимодействия современной России. Прежде всего, к предмету исследования относятся социально-экономическое взаимодействие между различными территориальными общностями в рамках трехуровневой структуры «федеральный округ – регионы (субъекты РФ) – муниципальные образования (городские и сельские поселения, муниципальные районы и городские округа)». Для автора с позиции структурно-функционального подхода важно понимание того, что любые действия даже на институциональном уровне совершаются людьми (субъектами взаимодействия), прямо либо опосредованно представляющими интересы той или иной социально-территориальной общности.

В апреле-мае 2007 года автором было проведено собственное эмпирическое исследование на базе Приволжского федерального округа (ПФО) методом глубинного интервью, в ходе которого были опрошены эксперты (N=36), условно составившие 3 группы: представители органов власти (1/2), представители бизнеса (1/4), представители общественности (1/4). Интервью проводились в трёх городах ПФО: Нижнем Новгороде (столица ПФО), Самаре (областной центр, крупный город ПФО), Сызрани (муниципальное образование, малый город).

Один из блоков задач в рамках вынесенной в название темы, которые были решены в ходе исследования, включает в себя следующие:

- Выявлены различия восприятия каждой из групп респондентов роли федеральных округов в развитии межрегионального взаимодействия.
- Оценена степень осведомленности россиян о структуре федерального округа, его функциях и результатах работы представителя Президента в ПФО.
- Выявлена позиция органов власти по вопросу уровня необходимости и средствах донесения до граждан подобной информации.
- Проанализировано значение, которое имело для каждой из групп респондентов территориальное оформление ПФО.
- Проведен анализ «органичности» состава ПФО в сравнении с границами Поволжского экономического района в категориях полезности для развития отдельно взятых субъектов РФ (Астрахани (ЮФО), Волгограда (ЮФО), Перми (ПФО) и др.).

¹² Опрос населения в 100 населенных пунктах 44 областей, краев и республик России. Интервью по месту жительства 14-15 мая 2005 г. 1500 респондентов. Дополнительный опрос населения Москвы - 600 респондентов. Статистическая погрешность не превышает 3,6%. Отчёт опубликован на сайте www.fom.ru

- Обобщены и проанализированы высказывания респондентов по вопросу роли ассоциации экономического взаимодействия «Большая Волга», значению проектов, которые были осуществлены в её рамках, и мнения о причине её закрытия.
- Определена сущность, обозначены границы понятия социально-экономического межрегионального взаимодействия, проанализированы причины различных подходов к его определению в зависимости от принадлежности к той или иной территориальной или профессиональной группе.
- Выделены различные уровни акторов межрегионального взаимодействия: «центры», «полупериферийные» и «периферийные» регионы - влияние каждого из них на уровень развития федерального округа (согласно основным социально-экономическим показателям).
- Выявлены причины, показатели и собственно «участники» каждого из видов взаимодействия на уровне муниципальных образований: конкурентного, кооперационного и конфликтного.

В прикладном плане результаты данного исследования позволили описать механизм (цели, принципы, методы, субъекты, объекты, инструменты взаимодействия), а также формы (модели), которые принимает социально-экономическое межрегиональное взаимодействие в рамках одного федерального округа. Далее автором планируется провести анализ сбалансированности данной системы взаимодействия с помощью математических методов (в частности, на основании теории структурного баланса Хайдера).

Туристические репрезентации современного городского пространства

Середа Юлия Валерьевна

аспирантка

Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, Харьков, Украина

E-mail: yu_lya@bk.ru

Введение

На сайте LonelyPlanet (всемирного гайда) представлены туристические обзоры стран и городов со всех континентов Земли [1]. При этом данные обзоры, как правило, включающие основную информацию об основных исторических, географических, политических, культурных и других аспектах дестинаций, сопровождаются кратким предисловием, выражающим, по мнению создателей ресурса, саму суть места назначения. Так, образ Минска рассматривается в контексте «возрождения коммунистических призраков с чашечкой горячего капучино», а его главной достопримечательностью является именно наличие данной «советскости». Киев

характеризуется в категориях «крикливости», «несдержанности», а также жажды свободы и изменений. При этом собственно нарратив города начинается с упоминания о так называемой «Оранжевой революции». «Барометром ключевых изменений» и «городом наибольших контрастов страны» представляется Москва. Здесь внимание путешественников акцентируется как на сосуществовании античной и ультрасовременной архитектуры, так и на «наличии на одних и тех же улицах «новых русских» и «бедных пенсионеров».

Все эти метафоры актуализируют туристические репрезентации городов, которые становятся изображениями локального в общем глобализационном порядке. Такие репрезентации, составляющие объект данного исследования, выражаются в том, что изначально задаются как "запаздывающие" или вторичные относительно присутствия – презентации, то есть возникают в силу «отсутствия» дестинации, которую они репрезентируют [2, с. 189]. Туристические образы конструируются многочисленными брошюрами, буклетами, справочниками как наборы стереотипов, ожиданий, ценностей, символов, ритуалов, позволяющих упростить для туристов процедуру распознавания и интерпретации ситуации. Репрезентация в данном контексте понимается как теоретическая конструкция социального явления, в которой отражаются объективные характеристики и проявляются социальные стереотипы восприятия. Что касается предмета исследования, то анализируя туристические репрезентации, я, в первую очередь, акцентирую внимание на механизме их создания, т.е. агентах, объектах и субъектах, уровнях действия и т.д. Соответственно целью исследования является разработка модели туристических репрезентаций города, что достигается посредством реализации следующих задач: изучение структуры и механизма конструирования туристического образа города, выяснение факторной обусловленности туристической и нетуристической репрезентаций города, анализ влияния туристического образа на трансформации городского пространства.

Методы

Теоретико-методологическую базу исследования составили научные разработки в области социологии туризма, в частности проблем аутентичности туристического пространства (Д. Маккеннелл), семиотических (Дж. Урри) и консьюмеристских аспектов туризма (З. Бауман); материалы туристических урбанистических исследований (Urban Tourism Studies) (Дж. Эшворт, М. Сэлби). Отдельным пластом исследованной литературы стали социологические наработки в области социального конструирования реальности посредством репрезентаций (А. Шюц, П. Бергер и Т. Лукман, П. Бурдье). Учитывая неразвитость эмпирической базы, а также методического аппарата исследования туристических репрезентаций города, в качестве основной методической стратегии было избрано case-study.

Результаты

В целом рассматривая модель туристической репрезентации городского пространства, целесообразно, на мой взгляд, выделять следующие уровни анализа: *агенты* репрезентации (туристическая индустрия, органы власти на институциональном уровне, туристы и местные жители на социально-групповом уровне, а также отдельные личности (например, художники, писатели, фотографы и т.д.), актуализирующие определенные образы); *объекты репрезентации* (достопримечательности, сувениры, фотографии – все, что может быть охвачено туристическим взглядом); *уровни репрезентации* (система морфологических единиц от городских районов до зданий, строений); *формы репрезентации* (экскурсии, туристическая литература, видеосюжеты, реклама и т.д.); *механизмы репрезентации* (последовательность состояний, процессов, определяющих собою создание образа города).

Также, возвращаясь к примеру репрезентаций, указанных во введении, хотелось бы подчеркнуть ключевую характеристику именно туристического образа современного города, связанную с трансформациями туристической деятельности в целом. Так, мы сталкиваемся с выделением на одном уровне с архитектурой, историческими фактами, культурно-развлекательными учреждениями в качестве «достопримечательностей» различных моментов повседневной жизни вплоть до неравенства и бедности. Основными детерминантами такого расширения пространства, охватываемого туристическим взглядом, является упадок массового пакетированного туризма, рост ценности аутентичности путешествия и индивидуализация

туристических практик. В результате туристический образ города выходит за границы специально сконструированной сцены традиционных туристических объектов (центр, ключевые памятники, архитектурные строения и т.д.), а туристический потенциал города определяется уникальностью его повседневности. Таким образом, этническое гетто становится в один уровень с Эйфелевой башней, а нефункционирующие заводы советского периода вполне могут конкурировать с руинами античных городов. Как результат – смешение грани между туристическими и нетуристическими городами и реконструирование территории любой повседневности в соответствии с туристическими образцами. При этом также необходимо помнить о консьюмеристской составляющей туристического образа. Демонстративность туристического потребления требует уникальности, но скорее актуальной уникальности.

Что касается перспектив исследования, то необходима дальнейшая разработка и более глубокая операционализация составляющих туристического образа города. Перспективным также представляется расширение методологического спектра исследования. Следует также подчеркнуть, что учитывая стремительный рост индустрии туризма, комплексный подход к разработке туристической репрезентации города, учет ее ключевых на сегодняшний день характеристик представляет собой не только способ оптимизации туристической сферы, а также источник роста благосостояния городов.

Литература

1. www.lonelyplanet.com (Travel guides, advice, tips and information).
2. Бергер П., Лукман Т. (1995) Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: “Медиум”, 303 с.
3. Середа Ю.В. (2006) Туризм в контексте глобализационных процессов: социологический аспект анализа // Методология, теория та практика социологического анализа современного общества: Сб. науч. р. – X., – С. 314-317.
4. Ashworth G.J. (1989) Urban Tourism: an imbalance in attention. In C. P. Cooper (ed.) Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management, Volume One, Belhaven, London, 33-54.
5. Selby M. (2003) Understanding Urban Tourism. Image, Culture, Experience. I B Tauris, London, 25-40.

Социально-экономические эффекты трудовой миграции: региональный аспект (на материалах Краснодарского края)

Скрипниченко Людмила Сергеевна
Соискатель кафедры социологии

Кубанский Государственный Университет, Краснодар, Россия

E-mail: lud-skr@mail.ru

За годы, прошедшие после распада СССР, направления миграций в России и странах СНГ претерпели значительные трансформации и привели к появлению новых миграционных потоков, таких как: незаконная, транзитная, экологическая и др. Их исследование требовало разработки

новых теоретических подходов и методов исследования. Результатом стал всплеск интереса в научном сообществе к миграционной проблематике.

В свете этих событий в структуре внешней миграции все отчетливее выделяется внешняя трудовая миграция населения. Трудовая миграция имеет широкомасштабный характер, оказывает существенное влияние на социально - экономическое и политическое развитие страны, как на федеральном, так и на региональном уровнях. Не является исключением и Краснодарский край, относящийся традиционно к тем регионам, которые принимают значительное число трудовых мигрантов. Это обусловлено во многом благоприятными природно-климатическими условиями, развитыми промышленностью и аграрно-индустриальным комплексом. Край занимает выгодное геополитическое положение, в границах Краснодарского края находятся крупные курортные города: Сочи, Туапсе, Геленджик, Анапа. С этой точки зрения представляется целесообразным проследить, как процессы трудовой миграции протекают в Краснодарском крае.

В исследовании региональных факторов влияния на становление и распространение трудовой миграции в крае существенную роль играет выяснение социально – экономических эффектов миграционных перемещений. С этой целью отделением социологии КубГУ было проведено фокус - групповое исследование с трудовыми мигрантами из Вьетнама. В данном исследовании метод фокус – групп использовался для выявления распространенности видов деятельности и географии трудовой миграции в г. Краснодаре, а также для анализа состава мигрантов, характера и условий их трудовой деятельности.

Цель исследования – рассмотрение процессов взаимодействия трудовых мигрантов и принимающего общества в области трудовой деятельности. Для достижения поставленной цели необходимо было решить ряд задач:

- определить социально – демографические характеристики трудовых мигрантов;
- выявить распространенность, географию и мотивацию поездок;
- оценить возможности трудоустройства и оплаты труда;
- проанализировать влияние рассматриваемого вида трудовой миграции на благосостояние и образ жизни домохозяйств, вовлеченных в движение.

Объектом исследования явились трудовые мигранты, занимающиеся оплачиваемой деятельностью в г. Краснодаре. Предмет исследования – процесс взаимодействия трудовых мигрантов и принимающего общества. Целевой аудиторией данного исследования явились трудовые мигранты, проживающие в г. Краснодаре и занимающиеся оплачиваемой деятельностью. Отбор респондентов проходил при помощи метода «снежного кома» (т.е. через знакомых и родственников, опрошенных по методу случайной выборки), в результате которого были приглашены мужчины (80%) и женщины (20%) в возрасте от 18 до 45 лет, с разным уровнем дохода, вьетнамской национальности. Длительность проведения фокус - группового исследования составила около 120 минут.

Многие респонденты приехали из небольших городов и сел, что свидетельствует о построении так называемых миграционных сетей (т.е. переселения вслед за мигрантами их родственников и знакомых). Поэтому в Краснодарском крае, как и во многих городах, распространены цепные формы трудовой миграции.

Среди трудовых мигрантов преобладают мужчины с высоким образовательным уровнем. В спектре факторов переселения явно доминируют экономические причины и цели, главными из которых являются возможности заработка и наличие хорошей работы. Лидирующее место, среди причин, занимает отсутствие работы по месту жительства и необходимость обеспечивать свою семью. Иерархия проблем, возникающих при трудоустройстве участников фокус-группы, начинается с прописки и физических трудностей. Треть констатировала ухудшение здоровья. Анализ субъективных оценок трудовыми мигрантами своего материального положения до миграции и после исследования однозначно говорит о том, что трудовая миграция, как стратегия выхода из трудного экономического положения, для абсолютного большинства трудовых мигрантов оправдывает себя, то есть оказывается выгодной: она помогла большинству респондентов перебраться из группы с низким доходом в группу с более высоким доходом.

Многие трудовые мигранты рассматривают поездку на работу в Россию не как долгосрочную жизненную стратегию, отметив, что при наличии нормальных условий труда на родине, они вернулись бы на прежнее место жительства. Респонденты в основном заняты временной (контрактной) работой по найму на частных предприятиях. Большинство респондентов указали, что получают зарплату наличными, либо за каждый день работы, иногда за выполненный объем, без официальной ведомости, не платят налогов. Как правило, работают не по специальности и заняты в основном полный рабочий день, работают без выходных, в среднем по 10 часов в день, в сфере строительства и торговли.

Длительность проживания составляет от нескольких месяцев до 3-х лет. Объединяются с «соотечественниками» и снимают комнату на несколько человек. Высылают деньги домой 2 раза в год, передавая через друзей и знакомых. Взаимоотношения с местным населением у приезжих складываются достаточно хорошо, противодействий никто не встречал. Так же следует обратить внимание на достаточно хорошие отношения с коллегами по работе и властными структурами. Эксплуатируемые никто себя не ощущает. Соблюдают все традиции и обычаи русских. Хорошо знают русский язык. Для подавляющего большинства занятых выездной деятельностью последняя является одной из основных (а для некоторой части — единственной) возможностей поправить материальное положение семьи. Несмотря на трудности, связанные с трудовой миграцией, незащищенность и неорганизованность миграционной деятельности, основная масса приезжих в перспективе намереваются продолжить работу на выезде. Лишь незначительная часть не намерена участвовать в трудовой миграции.

Трудовая миграция в Краснодарском крае является достаточно распространенным и многогранным явлением. Трудовые мигранты, как правило, это, в основном лица мужского пола, трудоспособного возраста, имеющие средне специальное образование, хорошее состояние здоровья. В числе основных потребностей, мотивирующих переезд трудовых мигрантов, выделяются: потребности в росте материального благосостояния, потребности личностного характера. Выбор конкретной территории связан с возможностью получения работы и заработка при наличии, главным образом, поддерживающих социальный сетей, которые представляют родственные связи.

Исследование выявило со всей очевидностью огромную роль трудовой миграции как средства, предотвращающего бедность и обнищание населения, и укрепляющего благосостояние семей. Анализ показывает, что в основе социально – экономических эффектов трудовой миграции, как на федеральном, так и на региональном уровнях находятся: масштабы и направления трудовой миграции, распространенность и мотивация поездок, социально – демографические характеристики трудовых мигрантов, возможности трудоустройства и оплаты труда, процесс взаимодействия и взаимоотношения трудовых мигрантов и местного населения, влияние трудовой миграции на благосостояние и образ жизни домохозяйств.

Досуг и отдых череповчан: необходимость социологического изучения¹³

Соловьева Евгения Игоревна¹⁴

¹³ Тезисы доклады основаны на материалах исследований, проведенных в рамках создания «Профиля здоровья города Череповца» с 24 сентября по 8 октября 2007 года.

Здоровье – это состояние полного физического и социального благополучия, а не только отсутствие болезней и физических нарушений (Устав ВОЗ, 1948).

Формирование здорового образа жизни путем создания благоприятных условий жизнедеятельности человека, повышения уровня культурных и гигиенических навыков (рациональное питание, физическая активность, режим труда и отдыха, благоприятный психологический и семейный климат), позволяющих сохранять и укреплять здоровье, является основополагающим направлением концепции охраны здоровья населения. По предложенной Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ) формуле вклад этой детерминанты в состояние здоровья достигает 55%.

Досуг и отдых – одна из наиболее динамично развивающихся сфер повседневной жизни большинства россиян и одна из важнейших форм самореализации человека. Самоценный характер досуга сделал его тем существенным качественным параметром, который в настоящее время заметно дифференцирует жизненные стандарты и качество жизни населения России.

Городская целевая программа «Здоровый город», реализуемая в г. Череповце с 2002 года, направлена на улучшение качества жизни и здоровья населения города. В ее рамках с 24 сентября по 8 октября 2007 г. кафедрой социологии, политологии и права ГОУ ВПО «Череповецкий государственный университет» было проведено социологическое исследование в г. Череповце, посвященное изучению комфортности проживания и качества жизни всех горожан. Выборка характеризуется следующими параметрами: случайная, квотная по социально-демографическим признакам. Репрезентативность выборки обоснована структурно и статистически. Суммарный объем выборочной совокупности – 1184 человека. Погрешность не превышает 3,5%.

Одной из важнейших задач, поставленных при проведении исследования, было выяснить, каким образом горожане организуют свой досуг, а также каково их мнение о возможностях отдыха в рамках городской инфраструктуры.

Исследование показало, что большая часть респондентов предпочитает пассивный отдых (у телевизора, чтение и т.п.). Особенно это касается людей пенсионного возраста. Кроме того, прослеживается тенденция – с повышением возрастной категории, все большее число людей отдает предпочтение просмотру телепередач. В то же время, встречаясь с друзьями свой досуг посвящают, в основном, молодые люди. Особых различий между отдыхом мужчин и женщин нет. Однако стоит заметить, что мужчин, занимающихся спортом и проводящих время за компьютером или в Интернете, в несколько раз больше, чем женщин, что, в принципе, неудивительно, поскольку большинство мужчин отдают предпочтение активному отдыху и компьютерам – такова тенденция современности. Вместе с тем, почти в два раза больше женщин, по сравнению с мужской частью населения, посещают культурные учреждения. И, само собой, гораздо чаще, чем все остальные категории населения, предпочтение компьютерам и сети Интернет, отдают молодые люди.

Стоит отметить тот факт, что люди, находящиеся в настроении эмоционального подъема и бодрости, гораздо чаще проводят свой досуг, встречаясь с друзьями, нежели остальные группы в этой категории. Вместе с тем у людей с настроением безразличия и апатии этот процент самый низкий. Это говорит о том, что общение, особенно с друзьями и близкими людьми способно не просто поднимать настроение, но и увеличивать жизненный потенциал человека, восстанавливать его силы. Поэтому нельзя упускать из зоны внимания такой важный фактор общественного и индивидуального здоровья как межличностные коммуникации в целом, и общение с родными и близкими – в частности.

Что касается посещения череповчанами культурно-досуговых учреждений, к коим мы отнесли музеи, театры, кинотеатры, библиотеки, дворцы культуры, дворцы спорта, выставочные залы, то ни одно из них не пользуется достаточной популярностью у жителей

¹⁴ Автор выражает признательность доценту, д.с.н. Ковалевой Г.А. за помощь в подготовке тезисов.

города. Больше половины опрошенных не посещают ни одно из перечисленных учреждений. Исключение составляют кинотеатры.

Большинство опрошенных назвали причиной отказа от посещений культурных учреждений нехватку свободного времени. Сегодняшний темп жизни достаточно сильно возрос, по сравнению с недавним прошлым, поэтому ситуация, когда работа и/или семья отнимает все время, встречается достаточно часто. Кроме того, современные молодые люди стремятся добиться успеха в карьере и, вместе с тем, материального благополучия, порой забывая об отдыхе. Неудивительно, что возрастная категория людей, ответивших подобным образом, составляет, в основном работоспособного возраста.

Если бы череповчане принимали участие в городском планировании, то город обзавелся бы спортивными учреждениями, развлекательными комплексами и клубами по интересам.

Если с первой и третьей позицией все более или менее ясно, то есть их действительно несколько меньше, чем хотелось бы, то ситуация, связанная с недостатком развлекательных комплексов, спорная. С каждым годом число таких учреждений в Череповце растет, однако, возможно, жителей города не устраивает качество предоставляемых ими услуг либо отсутствие желаемых мероприятий. В любом случае, здесь играет большую роль фактор личностных интересов каждого из респондентов.

К сожалению, библиотеки пользуются наименьшим спросом – неудивительно, учитывая ответы на вопрос о посещаемости данного учреждения. Несмотря на то, что книги в настоящее время возвращают былую популярность, большинство читателей предпочитают приобретать их в собственность, нежели брать в библиотеке, книжный фонд которых оставляет желать лучшего, как в плане ассортимента, так и его качества. Кроме того, приобретают популярность электронные и аудио-книги.

Немаловажное значение имели ответы на вопрос о достаточности учреждений для проведения досуга различных возрастных групп. Большинство горожан считают, что в городе недостаточно учреждений для отдыха всех возрастных категорий населения. Однако в целом, мы получаем довольно противоречивую картину – тех, кто заявляет о достаточности досуговых заведений ненамного меньше их оппонентов.

Таким образом, изучение досуга и отдыха жителей Череповца необходимо как для органов муниципального управления, так и для самих горожан, поскольку дает возможность проанализировать ситуацию, выявить существующие проблемы и принять соответствующие меры для их решения.

Литература

1. Комплексная оценка воздействия различных факторов на здоровье населения: учебно-методическое пособие / сост. К.Р. Амлаев, В.Н. Муравьева, Н.А. Шибков и др. – Ставрополь: Сервисшкола, 2008. – 104 с
2. Профиль здоровья города Череповца. Выпуск 3 (2008): Научно-популярный обзор. – Череповец: Издательский дом «Череповец», 2008. – 64с.
3. Данные социологического исследования, проведенного кафедрой социологии, политологии и права ГОУ ВПО «Череповецкий государственный университет» с 24 сентября по 8 октября 2007 г.

Культурный облик современного российского города

Татаркина Елена Александровна

Студент 3-го курса

Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия

E-mail: LenaLimra@mail.ru

Цель статьи – изучить особенности культурного облика города в рамках дисциплины «социология города».

Работа посвящена исследованию культурного облика современного российского города.

Социология города - специальная социологическая теория, объектом познания которой является город как социально-пространственная общность, основная форма расселения людей. Предметом изучения данной отрасли социологии является механизм городского устройства.

Актуальность темы заключается в том, что сегодня не складывается представление о единой, в своем многообразии, культуры России. Изучение городской среды в наши дни ведется, в первую очередь, с учетом политико-экономических и культурно-исторических составляющих. Речь должна идти о региональной культуре, постижении культурных смыслов, столь разнообразно представленных в современном мире.

В рамках социологии города рассмотрим культурный облик городского пространства.

Культуру города образуют не только соответствующие учреждения, но и сами люди как носители городской культуры. Население города формируется в значительной мере за счет молодых, образованных мигрантов из больших культурных центров, что с самого начала сказывается на характере культурной жизни, уровне духовных потребностей. Мигранты более пассивны, чем коренные жители города в потребление культурных ценностей, предлагаемых учреждениями культуры. Так, результаты исследования, проведенное В.А. Ядовым, показали следующие результаты: среди зрителей, постоянно посещающих кинотеатры, горожане составляют 30%, а мигранты – 19 %, театр – соответственно 7 и 3%, филармонию – 9 и 5 % [4, с.71-82].

Культурная среда городского поселения определяется: во-первых, культурными навыками, обычаями, ценностными ориентациями населения; во-вторых, материально-вещественными элементами социальной инфраструктуры, предназначенными для организации досуга, удовлетворения духовных потребностей людей; в-третьих, количеством и уровнем квалификации профессиональных организаторов культурно-массовой работы, художественного творчества.

Современные культурные учреждения следовало бы создавать как комплексные культурно-просветительные учреждения, с просторными фойе, выставочными залами для культурно-массовой работы. Здесь нужны концертно-танцевальные залы, которые можно использовать для молодежных вечеров, выставок, для того чтобы каждый желающий горожанин, независимо от своего социального статуса мог бы с удовольствием провести свое свободное время [2,с.119]

Анализ активности населения в сфере культуры нельзя ограничивать только рамками реального поведения. Важным, также, является изучение культурных запросов горожан. Но выявлено некоторое рассогласование структур культурных интересов и реального потребления культуры. Это выражается в том, что молодежь посещает кинотеатры более интенсивно, чем другие возрастные группы, хотя по данным анкетного опроса (по материалам исследования, проведенного в г.Калуга), у молодежи города наибольшим предпочтением пользуются культурные мероприятия эстрадного жанра и танцевальные вечера. Но это недостаточно учитывается при планировании работы городских учреждений культуры, вследствие чего предложенные формы проведения досуга не всегда отвечают запросам данного контингента населения и единственными учреждениями, которые более или менее удовлетворяют культурным интересам являются кинотеатры [4, с. 111-113].

Наряду с важностью мероприятий, направленных на увеличение количества учреждений культуры, их равномерное размещение, совершенствование материально – технической

оснащенности, большое значение имеет содержательная сторона культуры, качество проводимых мероприятий, сменяемость репертуара. И не смотря на то, в каком городе живет человек, все эти факторы очень влияют на рост активности масс в духовной сфере.

С ростом активности масс, в сфере культуры, ее службам сегодня предъявляется все более высокие требования. Несоответствие структуры их деятельности потребностям широких масс может вызвать неудовлетворенность населения города существующими формами организации труда. Следовательно, при оценке работы учреждения культуры необходимо учитывать изменения в формах и содержании культурной деятельности населения, вызванные ростом образовательного и культурного уровня горожан [1, с.102-119].

В крупных городах, несмотря на то, что объем духовных потребностей постоянно увеличивается, люди иногда ощущают дефицит культурных благ. Сегодня, очевидным стал факт повышения у населения спроса на музыкальные инструменты, на аудио и видео диски. Это в свою очередь связано с широким и быстрым распространением средств массовой информации. Рост материального благосостояния и культурно – образовательного уровня усиливает потребность людей в товарах культурного назначения [3, с.33- 47].

Культурная жизнь Тюмени весьма разнообразно. С каждым годом увеличивается число торгово-развлекательных центров, кинотеатров, молодежных центров. Люди различных слоев населения, с разным достатком, проводят свободное время в представленных культурных учреждениях.

Изучение культуры города дает возможность изменить видение города, понять его уникальность и одновременно «включенность» в культурное пространство страны, открыть особенности сформировавшегося здесь типа личности, способов коммуникации, форм духовного усвоения мира. Таким образом, началом социальной жизни конкретного региона, которое позволяет рассмотреть его как целостную систему связей, формирующую определенный тип мироотношений и миропонимания является культура.

Итак, активность горожан в сфере культуры очень важна в формировании культуры города. Они являются творцами культуры. Культурное многообразие зависит, прежде всего, от активности горожан в этой сфере.

Подведем некоторые итоги по изложенному материалу:

1. Основным вопросом социологии города является определение специфики социального пространства города
2. Культура города – это уникальность, особенности и специфичность ценностей горожан, их специфический взгляд на мир и отношения.
3. Определенную роль в становление культуры города играет быстрое распространение средств массовой информации и это увеличивает потребности людей.
4. Городская культура объединяет уже сложившиеся ценности коренных жителей и мигрантов.

Литература

1. Куцев Г.Ф. Новые города. М.: Мысль, 1982. 269 с.
2. Орлова Э.А. Современная городская культура и человек. М.: Наука, 1987.
3. Проблемы социального развития крупных городов (1982) Изд-во ЛГУ (рецензенты В.А Ядов, п/ред Ю.А Суслова)

Проблема измерения социального капитала регионального сообщества.
Утина Марина Сергеевна
Аспирант
Волгоградская академия государственной службы, г.Волгоград, Россия
e-mail: mariut@mail.ru

Многочисленные исследования говорят о том, что обладание социальным капиталом связано с более высоким социально-экономическим статусом, влиянием на других людей, информированностью, финансовым благополучием, карьерой, удовлетворенностью жизнью, здоровьем, продолжительностью жизни. В политологии развиваются идеи о том, что экономическое процветание сообществ, регионов и наций также является следствием социального капитала. Основные разногласия между исследователями социального капитала связаны с его пониманием как коллективного (общественного) или индивидуального блага. Первая традиция свойственна политологическим и экономическим исследованиям. Индикаторами общественного социального капитала являются межличностное доверие, членство в общественных объединениях и социальные нормы. Другая ориентация рассматривает социальный капитал как индивидуальное благо. Социальный капитал измеряется через наличие связей с другими людьми и наличие ценных ресурсов у этих людей.

Неоднозначность трактовки понятия социального капитала в современной науке приводит к невозможности полного его измерения. Исследования, проводимые как в России, так и за рубежом не имеют единого основания и методологии исследования, отсутствует единый состав показателей характеризующих уровень социального капитала того или иного сообщества.

Основываясь на исследовании А.Т.Конькова¹⁵, в современной социологической традиции представлено две основные позиции относительно возможности и методов измерения социального капитала. Согласно первой позиции социальный капитал может быть измерен непосредственно; он трактуется в категориях отношений и поведения, а в качестве его эмпирических индикаторов выступают их характеристики. Согласно второй позиции социальный капитал, являясь функцией социальных структур (социальных сетей и отношений), не может быть измерен прямо; его индикаторами являются качества социальных сетей и результаты, достижение которых они делают возможными. Таким образом, кажется правомерным определить первое направление как количественное, использующее количественные методы измерения социального капитала. А второй подход, основанный на оценке косвенных индикаторов условно соотносит с качественной методологией.

Техники прямого измерения социального капитала предусматривают такие приемы как оценка уровня доверия и гражданской сознательности граждан в обществе; экспериментальные исследования поведения; статистика участия в объединениях. В то же время простой количественный подход при исследовании данной проблемы кажется недостаточным. Представляется невозможным исследовать качество социальных связей в региональном сообществе путем простой суммы ответов на стандартные вопросы. Недостаточно узнать, сколько людей общается со своими соседями, состоит в политических партиях, клубах, необходимо учитывать и качество данного общения (деловое, дружеское, родственное, случайное и т.п.), характер подобного участия, включенности и т.д.

Оценка на основе косвенных индикаторов предусматривает использование нескольких приемов. Так в рамках сетевого подхода, исследователи проводят оценку процессуальных параметров, которая предусматривает определение объема социального капитала на основе

¹⁵ См. Коньков, А.Т. Социальный капитал как концепция экономической социологии и его роль в системе экономического взаимодействия. Автореферат на соискание уч.ст. д.соц.наук, М,2006.

характеристик социальных сетей: их размера, плотности социальных связей, однородности и т.п. Такой способ измерения социального капитала позволяет формализовать качественные стороны социальных сетей и осуществлять сравнительный анализ причин различной эффективности разных типов социальных сетей. Однако он не может быть применен для оценки объема социального капитала на макроуровне, поскольку такие масштабные социальные сети не существуют как целостность и не могут быть подвергнуты измерению теми же приемами сетевого анализа. По этой причине, вряд ли возможно исследовать в рамках качественной методологии такой разнородный объект, как регион. Население региона гетерогенно, разнородно. Исследователю необходимо найти группу, которая абсолютно идентифицирует себя с данным конкретным регионом и только в этом случае он сможет далее продолжать работу в русле качественной методологии. («Найти человека, который себя, как бы сказать, отождествляет вот с этой размерностью общности. Если вы таких найдете то далее с этими людьми можно работать с помощью качественных методов», - из интервью с экспертом). Но обнаружить на уровне регионального сообщества такой уровень идентичности не удастся. (В Волгоградской области в 2006 году проводилось исследование, результаты которого отражают очень низкий показатель данного уровня региональной идентичности). Оценка функциональных последствий, рассматривает в качестве показателей объема социального капитала те или иные последствия его использования. Так качество институциональной среды оказывает непосредственное и значительное воздействие на результативность экономической деятельности. Эффективные социальные институты могут приводить к указанным последствиям и при сравнительно низком уровне общественного доверия; и наоборот, неэффективность социальных институтов компенсируется механизмами воспроизводства и накопления социального капитала. Следует признать, что между объемом социального капитала в обществе и указанными выше эффектами может существовать каузальная связь, однако социальный капитал является не единственным фактором, обеспечивающим наступление приведенных последствий.

Следовательно, для оценки объема социального капитала региона рациональнее использовать количественные методы измерения. В случае же сужения объекта исследования до рамок определенной группы, например, группы государственных служащих региона, вполне логично и обоснованно использовать качественную методологию. И в ее рамках исследовать соотношение объема социального капитала на разных уровнях власти, возможности и направления его использования представителями данной группы и взаимосвязь социального капитала и социальной мобильности государственных служащих. Причем использовать при этом возможно всю линейку качественных методов - и интервью, и открытые групповые дискуссии, и адекватные фокус группы и даже устные истории и истории жизни. Все зависит от целей и задач исследователя.

Литература:

1. Готлиб А. С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Учебное пособие, М: Изд-во: Флинта, 2005г.
2. Коньков, А.Т. Социальный капитал и экономическое взаимодействие: Монография, М.: Изд-во РУДН, 2006, 224с.
3. Сбережение народа/ под ред. Н.М. Римашевской; Ин-т соц.-экон. Проблем народонаселения РАН. – М.: Наука, 2007. – 326с.
4. Ульяновский, В.И. Социальный потенциал и социальный капитал в социологическом портрете региона // Социокультурный портрет региона. Типовая программа и методика. Материалы конференции «Социокультурная карта России и перспективы развития российских регионов». Москва, 27 июня – 1 июля 2005г., М., ИФРАН, 2006, 328с.

Конструирование имиджа территории с целью развития въездного туризма

Чепрас Наталья Георгиевна

соискатель кафедры теории и практики управления
Уральская Академия Государственной Службы при Президенте РФ,
Екатеринбург, Россия
chepras@yandex.ru

Туризм является катализатором социально-экономического развития территории и крупным источником создания новых рабочих мест, способствует реализации культурных, образовательных и эстетических потребностей человека.

В результате туристской деятельности образуется бюджетный эффект - результат пополнения бюджетов различных уровней за счет налоговых поступлений.

Въездной туризм представляет собой путешествия в пределах Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в РФ.

Высокий эффект экономика региона получает от въездного туризма, поскольку помимо увеличения налоговых поступлений, удовлетворяются интересы местного населения, чей культурный уровень и занятость повышаются.

Одним из механизмов развития этой отрасли экономики является имидж территории.

Имидж можно определить как целенаправленно созданную или стихийно возникшую форму отражения объекта в сознании людей. Эта категория способна существенно повлиять на развитие территории. Регион может терпеть убытки и не окупать вложенных инвестиций в силу отсутствия позитивного образа во внешней среде.

Имидж территории – это совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех особенностей территории, собственного опыта, слухов, представлений, влияющих на создание определенного образа.

Поскольку имидж есть категория управляемая, на него можно воздействовать, формировать и изменять для достижения цели. Целью формирования имиджа региона в сознании индивида является обеспечение узнавания при восприятии со стимулированием определенного отношения к нему.

Ведущую роль в формировании имиджа территории, помимо достопримечательностей, играют средства массовой информации, позиционирование региона во внешней среде, отзывы туристов, отношение местного населения к ним, наличие условий для организации комфортного пребывания. Помимо этого, на восприятие влияет целый ряд атрибутивных знаков – наименование, флаг, герб, девиз и гимн региона.

В целом деятельность по формированию и поддержанию имиджа туристского центра требует мобилизации значительных финансовых, организационных, интеллектуальных ресурсов заинтересованных субъектов туристического бизнеса и органов управления туристской отраслью. Эта деятельность должна носить системный характер и осуществляться на постоянной основе.

При построении имиджевой модели, прежде всего, необходимо определить цель, для которой требуется желаемый образ. Далее следует провести предварительный анализ по основным параметрам Я – Концепции, изучить существующий имидж территории, выявить негативные и позитивные компоненты, определить требуемый образ, складывающийся с учетом мнения потенциальных и фактических потребителей.

При создании концепции имиджа предварительно должна быть изучена потенциальная аудитория и разработаны технологические формы воздействия на нее. Имидж может быть

различным для разных групп общественности. Поэтому работа по его созданию должна проводиться целенаправленно для каждой группы.

Далее должна быть создана модель с описанием мероприятий и рассмотрением долевого затрат.

На степень развития туризма влияют социально-психологические процессы. В этой связи следует постоянно анализировать динамику восприятия территории различными социальными категориями и вносить своевременные коррективы.

Литература

1. Богалдин-Малых В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: туристические, гостинично - ресторанные и развлекательные комплексы: Уч. пособие. – М.: Издательство Москов. психолого - соц. института; Воронеж: НПО «Модэк», 2004.
2. Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма: Учебное пособие для студентов высш. учеб. заведений. - М.: Академия, 2005.
3. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Уч. пособие, 2-е изд., перераб и доп. – Минск: Новое знание, 2001.
4. Кирюнин А.Е. Имидж региона как интериоризация культуры. – М.: Книжный дом «Университет», 2002.
5. Перельгина Е.Б. Психология имиджа: Уч. пособие. -М.: Аспект пресс,2002.
6. Тулисов Е.С. Взаимодействие органов власти и общественности в развитии въездного туризма //Туризм Уральского региона: проблемы, привлекательность, перспективы, технологии. Материалы международной научно-практической конференции под эгидой ЮНЕСКО. - Екатеринбург, 2002.Т.2.

