

с е т е в о й   н а у ч н ы й   ж у р н а л

# НАУЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

R E S E A R C H   R E S U L T   **Том 2, № 1(7), 2016**

СОЦИОЛОГИЯ  
И УПРАВЛЕНИЕ

SOCIOLOGY  
AND MANAGEMENT

ISSN 2408-9338

сетевой научный рецензируемый журнал  
online scholarly peer-reviewed journal

Сайт журнала:  
[rr.bsu.edu.ru](http://rr.bsu.edu.ru)



Свидетельство о регистрации средства массовой информации Эл. № ФС77-55674 от 28 октября 2013 г.  
включен в библиографическую базу данных научных публикаций российских ученых РИНЦ  
Mass media registration certificate El. № FS 77-55674 of October 28, 2013  
Included into bibliographic database of scientific publications of Russian scientists registered in the Russian Science Citation Index



Том 2, №1(7). 2016

СЕТЕВОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

Издается с 2014 г.

ISSN 2409-1634



Volume 2, № 1(7). 2016

ONLINE SCHOLARLY PEER-REVIEWED JOURNAL

First published online: 2014

ISSN 2409-1634

**РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:**

**ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР:** *Шаповалова И. С.*, доктор социологических наук, доцент, заведующая кафедрой социологии и организации работы с молодежью Института управления Белгородского государственного национального исследовательского университета.

**ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА:** *Лебедев С. Д.*, кандидат социологических наук, профессор кафедры социологии и работы с молодежью Института управления Белгородского государственного национального исследовательского университета.

**ОТВЕТСТВЕННЫЙ СЕКРЕТАРЬ:** *Кисиленко А. В.*, старший преподаватель кафедры социологии и организации работы с молодежью Института управления Белгородского государственного национального исследовательского университета.

**РЕДАКТОР АНГЛИЙСКИХ ТЕКСТОВ:** *Ляшенко И. В.*, кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии и межкультурной коммуникации Института межкультурной коммуникации и международных отношений Белгородского государственного национального исследовательского университета.

**ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ:**

**Тарабаева В. Б.**, доктор социологических наук, профессор, директор Педагогического института Белгородского государственного национального исследовательского университета.

**Шмигирилова Л. Н.**, кандидат социологических наук, доцент, заместитель директора Института управления по международной деятельности Белгородского государственного национального исследовательского университета.

**РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:**

**Абдираймова Г. С.**, доктор социологических наук, профессор, заведующая кафедрой социологии и социальной работы Казахского Национального университета им. аль-Фараби, Казахстан.

**Благоевич М.**, доктор социологических наук, ведущий научный сотрудник и руководитель Форума по религиозным вопросам (ФОРЕЛ) Института общественных наук Белграда, Сербия.

**Болотин И. С.**, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой социологии и управления персоналом ФГБОУ ВПО «МАТИ – Российский государственный технологический университет имени К.Э. Циолковского», Россия.

**Буданов В. Г.**, кандидат физико-математических наук, доктор философских наук, доцент, ведущий научный сотрудник Сектора междисциплинарных проблем научно-технического развития Института философии Российской академии наук, Россия.

**Бубенко П. Т.**, доктор экономических наук, профессор, директор СВНЦ НАН и МОН Украины, член-корреспондент Академии экономических наук Украины, Украина.

**Джорджевич Д. Б.**, доктор философских наук, профессор, профессор Нишского университета, Сербия.

**Зубок Ю. А.**, доктор социологических наук, профессор, заведующая отделом социологии молодежи Института социально-политических исследований Российской академии наук, Россия.

**Мартинович В. А.**, доктор теологии Венского Университета, доцент, зав. кафедрой апологетики Минской Духовной Академии, Беларусь.

**Моравчикова М.**, доктор теологии, директор Института правовых вопросов религиозной свободы Юридического факультета Трнавского университета, Словакия.

**Мchedlova E. M.**, доктор социологических наук, старший научный сотрудник Института социально-политических исследований Российской академии наук, Россия.

**Мchedlova M. M.**, доктор политических наук, профессор, ведущий научный сотрудник Центра «Религия в современном обществе» Института социологии Российской академии наук, Россия.

**Новикова И. В.**, доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономической теории академии управления при президенте республики Беларусь, Беларусь.

**Островская Е.А.**, доктор социологических наук, профессор Санкт-Петербургского государственного университета, Россия.

**Патрик Э. И.**, доктор технических наук, профессор, председатель правления международной Академии управления и технологий INTAMT, Германия.

**Разанова С. В.**, доктор философских наук, профессор Пермского государственного университета, Россия.

**Руткевич Е. Д.**, кандидат философских наук, ведущий научный сотрудник Института социологии Российской академии наук, Россия.

**Сосунова И. С.**, доктор социологических наук, профессор, руководитель Центра социальной экологии и прикладной социологии Российского экологического федерального информационного агентства, Россия.

**Тихонов А. В.**, доктор социологических наук, профессор, руководитель Центра Социологии управления и социальных технологий Института социологии Российской академии наук, Россия.

**Тощенко Ж. Т.**, доктор философских наук, профессор, член-корреспондент Российской академии наук, Россия.

**Цвиткович И.**, доктор социологических наук, профессор, действительный член Академии наук и искусств Боснии и Герцеговины, Боснии и Герцеговины.

**Чупров В. И.**, доктор социологических наук, профессор, главный научный сотрудник Института социально-политических исследований Российской академии наук, Россия.

**EDITORIAL TEAM:**

**EDITOR-IN-CHIEF:** *Inna Shapovalova*, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Head of the Department of Sociology and Organization of work with youth, Institute of Management, Belgorod State National Research University.

**DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF:** *Sergey Lebedev*, Ph.D. in Sociological Sciences, Professor of the Department of Sociology and Organization of work with youth, Institute of Management, Belgorod State National Research University.

**EXECUTIVE SECRETARY:** *Anastasey Kisilenko*, Senior lecturer, the Department of Sociology and Organization of work with youth, Institute of Management, Belgorod State National Research University.

**ENGLISH TEXT EDITOR:** *Igor V. Lyashenko*, Ph.D. in philology, Associate Professor, Department of English Philology and Intercultural Communication, Institute of Intercultural Communication and International Relations, Belgorod State National Research University.

**EDITORIAL BOARD:**

**Victoria Tarabaeva**, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Director of Pedagogical Institute, Belgorod State National Research University.

**Larissa Shmigirilova**, Ph.D. in Sociological Sciences, Associate professor, Deputy director of international activity, Institute of Management, Belgorod State National Research University.

**CONSULTING EDITORS:**

**Gulnara Abdiraimova**, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Head of the Department of Sociology and Social work, al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan.

**Mirko Blagoevich**, Doctor of Sociological Sciences, a leading researcher and Head of Forum of religion problems (FOREL), Institute for Social Researches of Belgrade, Serbia.

**Ivan Bolotin**, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Head of the Department of Sociology and Human Resource management, Moscow Aviation Technology named after K. E. Tsiolkovsky MATI, Russia.

**Vladimir Budanov**, Candidate of Physico-mathematical Sciences, Doctor of philosophical sciences, Associate professor, Senior Research Scientist of Центра Transdisciplinary problems of scientific and technical development, Institute of Philosophy Russian Academy of Sciences, Russia.

**Peter Bubenko**, Doctor of Economics, Professor, Director of North-West Scientific Center National Academy of Science and Ministry of Education and Science of Ukraine, Associate Member of Academy of Economic Sciences of Ukraine, Ukraine.

**Vladimir Chuprov**, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Senior Research Scientist of the Department of Sociology of Youth, the Institute of Socio-Political Research Russian Academy of Sciences, Russia.

**Ivan Czvirkovich**, Doctor of Sociology, Professor, member of the Academy of Sciences and Arts of Bosnia and Herzegovina, Bosnia and Herzegovina.

**Dragoljub Djordjevich**, Doctor of Philosophy, Professor, University of Niš, Serbia.

**Yuliya Zybok**, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Head of the Department of Sociology of Youth, the Institute of Socio-Political Research Russian Academy of Sciences, Russia.

**Vladimir Martinovich**, Doctor of Theology the University of Vienna, Associate Professor, Head of Department apologetics Minsk Theological Academy, Belorussia.

**Michaela Moravchikova**, Doctor of Theology, Director of the Institute of Religious Freedom Legal Affairs Faculty of Law of the University of Trnava, Slovakia.

**Elena Mchedlova**, Doctor of Sociology, professor, senior researcher at the Institute of Social and Political Studies of the Russian Academy of Sciences, Russia.

**Maria Mchedlova**, Doctor of Political Sciences, Professor, Senior Fellow at the Center "Religion in Contemporary Society" Institute Sociology of the Russian Academy of Sciences, Russia.

**Irina Novikova**, Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Economic Theory, Academy of Public Administration under the aegis of the President of the Republic of Belarus, Belarus.

**Elena Ostrovskaya**, Doctor of Sociology, Professor, St. Petersburg State University, Russia.

**Edward Patrik**, Doctor of Engineering Science, Professor, chief executive officer of International Academy of Management and Technology INTAMT, Germany.

**Svetlana Ryazanova**, Doctor of Philosophy Science, professor of Perm State University, Russia.

**Elena Rutkewich**, Ph.D. in Philosophy Sciences, a leading researcher at the Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences, Russia.

**Irina Sosunova**, Doctor of Social Sciences, Professor, Head of the Center of Social Ecology, and Applied Sociology of the Russian Environmental Federal Information Agency, Russia.

**Alexander Tikhonov**, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Head of the Center of Sociology of Management and Social Technologies Institute Sociology of the Russian Academy of Sciences, Russia.

**Jean Toshchenko**, Doctor of Philosophy Sciences, professor, corresponding member of the Russian Academy of Sciences, Russia.

Учредитель: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»  
Издатель: НИУ «БелГУ». Адрес издателя: 308015 г. Белгород, ул. Победы, 85.  
Журнал выходит 4 раза в год

Founder: Federal state autonomous educational establishment of higher professional education «Belgorod State National Research University»  
Publisher: Belgorod State National Research University  
Address of publisher: 85 Pobeda St., Belgorod, 308015, Russia  
Publication frequency: 4 /year

## СОДЕРЖАНИЕ

СОЦИОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ  
И СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

## CONTENTS

SOCIOLOGY OF MANAGEMENT  
AND SOCIAL TECHNOLOGIES

<b>Демененко И.А., Шавырина И.В.</b> Концептуализация клиентоориентированного подхода в управлении высшей школой	<b>3</b>	<b>Demenenko I.A., Shavyrina I.V.</b> Conceptualization of the customer-oriented approach in higher education management	<b>3</b>
<b>Демененко И.А., Шевчук Л.Н.</b> Конвергенция проблем модернизации системы высшего образования	<b>7</b>	<b>Demenenko I.A., Shevhuk L.N.</b> Convergence of problems of modernization of higher education	<b>7</b>
<b>Корнилова М.В.</b> Социологический мониторинг уровня и качества жизни пожилых москвичей: новые методические и организационные подходы	<b>12</b>	<b>Kornilova M.V.</b> Sociological monitoring of the level and quality of life of older Muscovites: new methodological and organizational approaches	<b>18</b>
<b>Проняева Л.И., Павлова А.В.</b> Развитие системы межорганизационного управления в кластерах	<b>19</b>	<b>Pronyaeva L.I., Pavlova A.V.</b> Development of the interorganizational management system in clusters	<b>19</b>
<b>Присянюк Д.В.</b> Репрезентации социально-экономических характеристик региона в средствах массовой информации	<b>27</b>	<b>Prosyanyuk D.V.</b> Representation of socio economic characteristics of the region in the media	<b>27</b>
<b>Тихонов А.В., Богданов В.С., Мерзляков А.А., Гусейнова К.Э.</b> Организационно-методологические аспекты дистанционного мониторинга реализации кластерной политики в региональном и отраслевом аспектах (по материалам дистанционного исследования)	<b>41</b>	<b>Tikhonov A.V., Bogdanov V.S., Merzlykov A.A., Guseynova K.E.</b> Organizational and methodological aspects of remote monitoring of implementation of cluster policy in regional and sectoral aspects (on materials of the remote sensing studies)	<b>41</b>
<b>Фролова И.А.</b> Особенности государственной поддержки молодежного предпринимательства в республике Татарстан	<b>57</b>	<b>Frolova I.A.</b> Features of the state support of youth entrepreneurship in the republic of Tatarstan	<b>57</b>
<b>СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА, СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И ПРОЦЕССЫ</b>		<b>SOCIAL STRUCTURE, SOCIAL INSTITUTES AND PROCESSES</b>	
<b>Жуков П.В.</b> Экотуризм как подсистема социального института туризма	<b>65</b>	<b>Zhukov P.V.</b> Ecotourism as a subsystem of the social institute of tourism	<b>65</b>
<b>Маркина И.В.</b> Семейные отношения в реляционной социологии Пьерпаоло Донати	<b>70</b>	<b>Markina I.V.</b> Family relations in the relational sociology by Pierpaolo Donati	<b>70</b>
<b>Юдина Н.В.</b> Образование взрослых на протяжении жизни и теория поколений	<b>83</b>	<b>Yudina N.V.</b> Lifelong learning for adults and theory of generations	<b>83</b>

**СОЦИОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ И СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ  
SOCIOLOGY OF MANAGEMENT AND SOCIAL TECHNOLOGIES**

УДК 316.422.42

DOI: 10.18413/2408-9338-2016-2-1-3-6

**Демененко И.А.  
Шавырина И.В.**

**КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА  
В УПРАВЛЕНИИ ВЫСШЕЙ ШКОЛОЙ**

- 1) старший преподаватель. Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ул. Костюкова, д. 46, г. Белгород, 308012, Россия. Электронный адрес: inna12manager@gmail.com
- 2) кандидат социологических наук, доцент. Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ул. Костюкова, д. 46, г. Белгород, 308012, Россия  
Электронный адрес: shavyrina\_77@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассматриваются концептуальные аспекты клиентоориентированного подхода в системе управления высшим учебным заведением. Авторами предлагается концептуальный подход к рассмотрению организационной культуры как первичного вектора развития корпоративных подсистем управления в вузе, а также предлагается клиентоориентированный подход формирования организационной культуры в вузе, который базируется на ролевой модели студента как главного звена построения корпоративной политики университета.

**Ключевые слова:** высшее образование; управление; клиентоориентированность; организационная культура.

**Demenenko I. A.  
Shavyrina I. V.**

**CONCEPTUALIZATION OF THE CUSTOMER-ORIENTED APPROACH  
IN HIGHER EDUCATION MANAGEMENT**

- 1) Senior Lecturer. Belgorod State Technological University named after V.G. Shukhov  
46 Kostyukova St., Belgorod, 308012, Russia. E-mail: inna12manager@gmail.com
- 2) Candidate of Sociology, Associate Professor. Belgorod State Technological University named after V.G. Shukhov  
46 Kostyukova St., Belgorod, 308012, Russia. E-mail: shavyrina\_77@mail.ru

**Abstract.** The article deals with the conceptual aspects of customer-oriented approach in the institution of higher education management system. The authors offer a conceptual approach to the consideration of organizational culture as the primary vector of development of corporate management subsystems in high school, and offers customer-oriented approach of formation of organizational culture of the university, which is based on the role model student as the main link building a corporate university policy.

**Keywords:** higher education; management; customer orientation; organizational culture

В условиях масштабных административных реформ и перехода России к социально-ориентированной рыночной экономике произошли существенные изменения во всех сферах жизни общества, что не могло не отразиться, в том числе, и на функционировании системы высшего образования. Следовательно, основной задачей, стоящей сегодня перед учреждениями образования, становится задача адаптации деятельности к потребностям рынка и бизнеса с целью выпуска «продукции» более высокого качества. При этом результаты деятельности вузов являются востребованными на двух рынках – рынке труда (в виде

выпускников, «потребителями» которых являются предприятия и организации) и на рынке образовательных услуг (в виде реализации основных образовательных программ, проведения фундаментальных и прикладных исследований, разработки дополнительных видов профессиональной деятельности и пр.).

Внедрение технологий, опирающихся на высокий уровень интеллектуальных ресурсов, и тенденции глобализации становятся важнейшими факторами, определяющими не только экономику, но и политику XXI в. В связи с этим повышение уровня интеллектуального потенциала становится ключевым условием

самостоятельности страны, доминантой ее успешного развития. Современные подходы к повышению конкурентоспособности высших учебных заведений обусловлены повышенным спросом на идеологические основы развития вуза [9]. Все они подразумевают высокий уровень организационной культуры, наличие компетентных и инициативных сотрудников, применение принципов управления и современных инструментов стратегического и операционного менеджмента.

Актуализация внимания к организационной культуре вуза с позиции конкурентоспособности и клиентоориентированности в последнее десятилетие XX века обусловлена двумя важными событиями:

1. Глобализация рынка, которая способствовала резкому увеличению числа компаний, конкурирующих в одной товарной категории, за счет выхода на внутренние рынки иностранных игроков.

2. Информационная революция, технологии в первую очередь Интернет, обеспечили легкий доступ основной части населения развитых стран к необходимой информации о товарах и услугах [10].

Разрушение географических, социальных, политических и идеологических барьеров привело к свободному перемещению людей, капитала, материальных ресурсов и информации, что способствовало глобализации большинства социальных институтов и процессов. Столь существенные изменения не могли не найти отражения в корпоративной политике наиболее дальновидных компаний, и именно ответом на них стало появление клиентоориентированного подхода как одного из неперенных факторов повышения их конкурентоспособности [1].

Как и любая организация, высшая школа является управляемой системой. Однако, управленческая деятельность, осуществляемая в рамках высшей школы, имеет свою специфику, что в первую очередь детерминировано ее характером, требующим высокий уровень профессионализма, интеллектуально насыщенного труда, «продукт» которого – цельная, развитая личность, обладающая всем комплексом знаний и навыков, необходимых для полноценной адаптации к сложнейшему, постоянно изменяющемуся контексту современности. Такая деятельность сопряжена с необходимостью решения множества организационно-психологических и управленческих проблем.

В этой связи особый интерес представляет концепция организационной культуры, изложенная в работах И.С. Шаповаловой. По мнению автора, организационная культура вуза – это феномен «двойного поля управления» когда потребитель «продукции» является одновременно субъектом организации, т.е., может быть причислен к ее персоналу. Эффект двойного поля возникает за счет наличия двух ярусов в организации. Первый ярус образуется непосредственно управленческой иерархией административно-преподавательского состава вуза. Второй ярус получается за счет пересмотра этой системы относительно еще одного объекта управления, а именно студентов (которые одновременно являются и потребителями (так как имеют права на результат деятельности) и профессорско-преподавательским составом. Такое двойное поле управления имеет тем более сложную структуру, чем больше преподавателей выполняют двойные функции (и преподавательские и административные) [6].

В рамках интеграции образовательных процессов и клиентов – потребителей услуг системы образования, актуализируется проблема формирования и развития клиентоориентированной организационной культуры.

В науке управления термин «клиентоориентированность» возник, был сформулирован и реализован в сфере бизнеса, где под ним понимался особый стратегический подход к развитию организации, обеспечивающий повышение ее конкурентоспособности и рост доходности, подразумевающий мобилизацию всех ее ресурсов на выявление, вовлечение, привлечение клиентов и удержание наиболее прибыльных из них, за счет повышения качества обслуживания клиентов и удовлетворения их потребностей [7].

Наиболее удачно, на наш взгляд, суть клиентоориентированного подхода выразили американские специалисты в области менеджмента М. Хаммер и Дж. Чампи, которые наглядно обозначили его в виде взаимосвязанной цепочки: клиент – конкуренция – кардинальные изменения [8].

С позиции А.Е. Неретиной и Т.Г. Соловьева, клиентоориентированность – это конкурентное преимущество вуза, обеспечивающее формирование базы лояльных клиентов и положительный имидж вуза на рынке образовательных услуг и рынке труда. В рамках клиентоориентированного подхода к управлению взаимоотношениями с клиентами вуза

подразумевается установление персонафицированного контакта, сбор информации о клиенте, его запросах, предпочтениях [5].

Специфика организации взаимоотношений высшего учебного заведения с потребителями заключается также в двойственности его положения по отношению к рынку труда. Вуз является связующим звеном между рынком образовательных услуг, на котором в качестве продукта предлагает спектр образовательных программ, и рынком труда, где в качестве предложения выступают выпускники.

Таким образом, под клиентоориентированной организационной культурой вуза нами понимается система ценностей, поведенческих норм, традиций, ритуалов и символов, ориентированных на внутреннего или внешнего клиента с целью учета и реализации его потребностей и интересов в деятельности образовательного учреждения.

На наш взгляд, клиентоориентированность представляет собой многоуровневую систему, в которой можно выделить три уровня:

1 уровень – общеидеологический – предмет деятельности нацелен на удовлетворение конкретных интересов клиента;

2 уровень – дезагрегированный – бизнес-процессы внутри организации выстраиваются так,

чтобы максимально обеспечивать удовлетворение потребностей клиента;

3 уровень – фронт-офисный – контакты организации с клиентом сосредоточены так, чтобы сделать данные процессы максимально удобными, комфортными, приятными для клиента [3].

Вышеперечисленные уровни достаточно полно раскрывают понимание клиентоориентированности как необходимого процесса формирования эффективной деятельности организации.

Клиентоориентированность как многоуровневая система отражает связи между объектами внутренней и внешней вузовской среды, их ролью в процессе выбора ориентиров клиентоориентированных технологий и уровнем клиентоориентированности организационной культуры вуза, показывая актуальные уровню технологии и результаты [3].

Предложенная нами модель служит основой формирования клиентоориентированной организационной культуры в условиях повышенной конкуренции на рынке образовательных услуг, и таким образом является фундаментом для создания новых технологий диагностики, формирования и развития организационной культуры в высшем учебном заведении (рис. 1).



Рис. 1. Ролевая модель объекта образовательного процесса [4]  
Fig. 1. The role model of the object of the educational process [4]

Согласно ролевой модели объекта образовательного процесса в вузе, студент рассматривается как потенциальный сотрудник организации, который реализует возможности сформированной организационной культуры вуза в

конкретной организации и оценку качества данного формирования производит работодатель, оценивая уровень полученных студентом знаний и значение привнесенных студентом элементов организационной культуры для организации в целом.

Клиентоориентированный подход предполагает разработку программы повышения привлекательности вуза на рынке образовательных услуг, которая должна быть обязательным элементом стратегии устойчивого функционирования вуза. В программе должны быть прописаны:

– идентификация основной миссии вуза, целей и конкретных задач в подготовке высококвалифицированных специалистов, востребованных на мировом рынке труда;

– оценка сильных и слабых сторон деятельности вуза в соответствующем сегменте образовательных услуг для выявления конкурентных позиций (анализ SWOT);

– анализ маркетинговой среды вуза (анализ PEST, анализ ETOM, анализ QTST);

– формирование и развитие устойчивых, длительных и взаимовыгодных взаимоотношений вуза с субъектами рынка образовательных услуг [2].

Таким образом, рассмотрение клиентоориентированности в контексте организационной культуры высшего учебного заведения предполагает использование стратегического подхода к развитию вуза, обеспечивающего повышение его конкурентоспособности и рост доходности, подразумевающий мобилизацию всех его ресурсов на выявление, вовлечение, привлечение клиентов и удержание наиболее прибыльных из них за счёт повышения качества обслуживания клиентов и удовлетворения потребностей клиентов. Данный подход предполагает системный алгоритм формирования организационной культуры вуза на основе клиентоориентированности.

#### Литература

1. Антопольская Т. Организационная культура вуза в теории, социальных представлениях студентов и технологии обучения // *Alma mater: Вестник высшей школы*. 2005. № 7. С. 3-9.
2. Беляева М.И. Корпоративная культура вуза как ресурс организационного развития // *Alma mater: Вестник высшей школы*. 2011. № 4. С. 45-48.
3. Гулей И.А., Шавырина И.В. Социокультурная модель развития организационной культуры вуза в условиях повышенной конкуренции выпускника // *Менеджмент в России и за рубежом*. 2015. №5. С. 91-96.
4. Гулей И.А. Клиентоориентированный подход к формированию организационной культуры в вузе // *Вестник Череповецкого государственного университета*. Череповец. №4 (43). Т. 2. 2012. С. 113-115.
5. Неретина Е.А., Соловьев Т.Г. Предпосылки формирования клиентоориентированного подхода к управлению взаимоотношениями с потребителями образовательных услуг высшего учебного заведения // *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион*. 2001. №2. С. 161-170.

6. Шаповалова И.С. Анализ социальных объектов посредством концепции трех подсистем организационной культуры // *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*. 2006. №5. С. 301-306.

7. Habermas J. The theory of communication action. Vol.1. Reason and rationalization of society. Boston: Beacon Press. 1984.

8. Hammer M., Ciampi J. Reinzhinring Corporation: The Manifesto of the revolution in business. SPb.: Publishing, St. Petersburg University, 1997.

9. Kalugin V.A., Pogarskaya O.S., Malikhina I.O. The principles and methods of the appraisal of commercialization projects of the universities innovations // *World applied sciences journal*. 2013. V. 25. №1. Pp. 97-105.

10. Avilova Z.N., Gulei I.A., Shavyrina I.V. Formation of the Customer-Centric Organizational Culture of the University as a Factor of Effective Social and Economic Development of the Region // *Mediterranean Journal of Social Sciences*. June 2015. Vol 6. №3. Pp. 207-216.

#### References

1. Antopolskaya T. The Organizational Culture of the University in the tHeory of Social Representations of Students and Learning Technologies. Alma mater: Journal of Higher School. 2005. №7. Pp. 3-9.
2. Belyaeva M.I. The Corporate Culture of the University as a Resource for Organizational Development. Alma mater: Journal of Higher School. 2011. №4. Pp. 45-48.
3. Guley I.A., Shavyrina I.V. The Socio-cultural Model of Development of Organizational Culture of the University in Terms of Increased Competition, Graduate. Management in Russia and abroad. 2015. №5. Pp. 91-96.
4. Guley I.A. Customer-oriented Approach to the Formation of the Organizational Culture at the University. Bulletin of the Cherepovets State University. Cherepovets. №4 (43). V.2. 2012. Pp. 113-115.
5. Neretina E.A., Solovyev T.G. Background Forming Customer-oriented Approach to Managing Relationships with Customers of Higher Education Educational Services. Proceedings of the higher educational institutions. Volga region. 2001. №2. Pp. 161-170.
6. Shapovalova I.S. Analysis of Social Objects by Means of the Concept of the Three Subsystems of the Organizational Culture. Bulletin of Belgorod University of Cooperation, Economics and Law 2006. №5. Pp. 301-306.
7. Habermas J. The theory of communication action. Vol.1. Reason and rationalization of society. Boston: Beacon Press. 1984.
8. Hammer M., Ciampi J. Reinzhinring Corporation: The Manifesto of the revolution in business. SPb.: Publishing, St. Petersburg University, 1997.
9. Kalugin V.A., Pogarskaya O.S., Malikhina I.O. The principles and methods of the appraisal of commercialization projects of the universities innovations. World applied sciences journal. 2013. V. 25. №1. Pp. 97-105.
10. Avilova Z.N., Gulei I.A., Shavyrina I.V. Formation of the Customer-Centric Organizational Culture of the University as a Factor of Effective Social and Economic Development of the Region. Mediterranean Journal of Social Sciences. June 2015. Vol 6. №3. Pp. 207-216.

УДК 316.422.42

DOI: 10.18413/2408-9338-2016-2-1-7-11

Демененко И.А.  
Шевчук Л.Н.

КОНВЕРГЕНЦИЯ ПРОБЛЕМ МОДЕРНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

- 1) старший преподаватель. Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова ул. Костюкова, д. 46, г. Белгород, 308012, Россия. Электронный адрес: inna12manager@gmail.com
- 2) учитель. МБОУ СОШ №49 г. Белгорода. ул. Конева, д. 11, г. Белгород, 308012, Россия  
Электронный адрес: mironlar73@mail.ru

**Аннотация.** В статье приводится критический анализ возникающих проблем модернизации системы высшего профессионального образования. Рассматривается клиентоориентированный подход управления системой высшего профессионального образования метод диагностики, управления и развития образовательного учреждения, а также повышения его конкурентоспособности.

**Ключевые слова:** высшее образование; управление; клиентоориентированность; инновации; система.

Demenenko I. A.  
Shevhuk L. N.

CONVERGENCE OF PROBLEMS OF MODERNIZATION OF HIGHER  
EDUCATION

- 1) Senior Lecturer. Belgorod State Technological University named after V.G. Shukhov 46 Kostyukova st., Belgorod, 308012, Russia. E-mail: inna12manager@gmail.com
- 2) Senior Teacher. High School №49, Belgorod 11 Koneva st., Belgorod, 308012, Russia. E-mail: mironlar73@mail.ru

**Abstract.** The article provides a critical analysis of the emerging problems of modernization of the system of higher education. We consider a client-oriented approach system of higher professional education method for diagnosis, management, and development of educational institutions, as well as to enhance its competitiveness.

**Keywords:** higher education; management; customer orientation; innovation system

Особенности развития высшего образования на современном этапе определяются, во-первых, тем местом, которое занимает образование в современном общественном развитии, в частности, тем, что система образования модернизируется в одну из самых обширных и важных сфер социально-экономической деятельности, которая теснейшим образом связана и со всеми другими сферами общественной жизни: политикой, сферами как материального производства, так и духовной жизни. Во-вторых, особенности развития высшего образования принципиально определяются тем состоянием, в котором в последние десятилетия находится сфера образования, состоянием экспоненциального расширения, сопровождающимся острыми кризисными явлениями и поисками путей выхода

из кризиса. Более того, образование на современном этапе развития общества воспринимается как необходимое условие получения работы [2]. Эти поиски носят как теоретический, так и практический характер, в их ходе проявляются характерные черты инновационной образовательной системы.

Высшее профессиональное образование, осуществляя масштабную деятельность, связанную, прежде всего с предоставлением образовательных услуг, включает в себя совокупность подсистем, направленных на интеграцию различных сфер общественной и социальной жизни (рис. 1).



*Рис. 1. Структура системы высшего профессионального образования  
Fig. 1. The structure of the system of higher education*

Развитие высшего образования в современных условиях ориентировано главным образом на решение следующих проблем:

- организации доступа к образованию, который бы удовлетворял образовательные потребности людей в XXI веке (образование должно стать доступным с раннего детства в течение всей жизни человека);

- обеспечения равенства доступа к образованию для всех людей на всех уровнях образования;

- повышение качества образования и достижение его релевантности, т.е. соответствия запросам общества;

- резкого повышения эффективности, производительности образовательной системы [4].

Вышеперечисленные проблемы должны разрешаться в условиях увеличения числа обучающихся при практически повсеместном сокращении государственных средств, выделяемых на одного обучаемого. Сложность проблем в сочетании с сокращением государственного финансирования требует пересмотра роли и функций государства, предприятий, учебных заведений, семьи, самих обучающихся в финансировании и организации образования.

Синтезируя историческое развитие высшего профессионального образования в России, анализируя недостатки и преимущества образовательной системы, нами выделены основные проблемы высшего профессионального образования в преломлении социально-экономической платформы.

1. В системе управления российским образованием отсутствует система комплексного

прогнозирования и планирования, основанная на прогнозах рынка труда и технологического развития. Распределение Минобрнауки России бюджетных мест в приоритетном направлении не имеет задачи мониторинга рынка труда (исключениями пользуются медицинские направления подготовки и специальности подготовки специалистов в сфере МВД), и стратегии экономического развития страны.

2. Снижение качества подготовки специалистов и менеджеров. В России достаточное количество выпускников с дипломами образования разного уровня, но остро не хватает именно квалифицированных кадров, в первую очередь инженерных и естественнонаучных специальностей. При этом, работодатели отмечают, что в настоящее время также недостает квалифицированных менеджеров и юристов.

3. «Утечка мозгов», статистическое измерение феномена которой в России выражается в следующих показателях: 2,4 млн. человек, отошедших от научной деятельности, 1,5 млн. докторов и кандидатов наук, эмигрировавших из страны. Потеря только одного ученого обходится государству в 300 тыс. долл. Ежегодный ущерб, наносимый России оттоком научных кадров, оценивается в 50 млрд. долл. С этим и связано практическое уничтожение научных школ.

4. Низкий уровень системы оплаты труда и падение социального статуса преподавательской, научной и инженерной деятельности. Внедрение различных программ государства по повышению уровня престижности педагогических специальностей в настоящее время, к сожалению,

не достигла планки повышения конкурентоспособности педагогических специальностей, а также их востребованности абитуриентами.

5. Модернизация системы высшего профессионального образования, переход на двухуровневую систему образования, получение диплома бакалавра по различным направлениям и специальностям не находит спроса у работодателей. Причинами такой не востребованности бакалавриата, как первого уровня высшего образования специалиста могут быть следующие: низкий уровень полученных знаний специалиста, повышенная конкуренция на рынке труда (большой поток специалистов и магистров), объективизм политики отдельных компаний и др.

6. В системе российского образования значительно ослаблена одна из архиважных функциональных основ – формирование, развитие и трансляция ценностей, убеждений и норм поведения, обеспечивающих устойчивое развитие российского общества. В результате распространяются различные модели поведения населения, противоречащие стратегии модернизации страны.

7. Недостаточное финансирование системы высшего образования. По оценке некоторых специалистов сегодня в России на образование приходится 2,9% ВВП, тогда как в развитых странах – 4-5%. В пересчете на абсолютные цифры это означает, что по западным стандартам российское образование ежегодно недополучает примерно 250 млрд. рублей, или около 8,5 млрд. долларов [5].

8. Проблема взаимодействия вуза с выпускниками и сферой их трудовой деятельности. К сожалению, многие российские вузы не стремятся устанавливать прочные деловые связи со своими выпускниками, которые могут быть ценным источником информации о реальных процессах и тенденциях, происходящих в профильной отрасли экономики. Работодатель и выпускник практически не привлекаются к разработке и реализации программ совершенствования качества подготовки специалистов.

В рамках Болонского процесса вузам необходимо разрабатывать учебные программы, которые будут соответствовать международным стандартам. При переходе к двухуровневой системе обучения – бакалавр + магистр, учебные заведения столкнулись с проблемой изменения учебных планов, программ и т.п. Также возникла

необходимость адаптации имеющихся курсов не только к новой системе, но и к зарубежным аналогам. Для того чтобы студенты без ущерба для своего образовательного процесса могли участвовать в программах мобильности, вузам следовало привести в соответствие всю документацию и наладить сам процесс обучения [3].

Представленный список, конечно же, не несет в себе весь спектр существующих проблем системы высшего профессионального образования. Современный механизм функционирования вуза возможно сформировать путём коренной реорганизации действующей системы управления, используя накопленный ей положительный опыт и привлекая в неё новые организационные элементы, повышающие органичность и адаптивность к изменениям внешней и внутренней среды [6]. Неоспоримым фактом является то, что необходима трансплантация высшего образования в гибкую, динамичную систему, направленную на продвижение клиентоориентированного подхода.

Клиентоориентированный подход позволяет управлять отношениями с клиентами, проводить мониторинг клиентов и рынка, поддерживать и развивать наиболее ценных и значимых клиентов, выводить из системы клиентов, представляющих для образовательного учреждения балласт и обновлять систему новыми продуктивными клиентами [1].

Таким образом, клиентоориентированный подход рассматривает клиентов, как основной ресурс, обеспечивающий ее прибыльность, эффективность и конкурентоспособность. В рамках клиентоориентированного подхода качество внутренних клиентов – потребителей услуг, предоставляемых высшим учебным заведением, выступают:

1. Студенты университета, обучающиеся различных факультетов, курсов и образовательных программ университета и представляющие собой основной контингент внутренних потребителей услуг университета. Они отнесены к категории «прямых клиентов», непосредственно использующих результаты деятельности университета по всем направлениям.

Специфика клиентоориентированного подхода в контексте изучения деятельности вуза, по нашему мнению, заключается в рассмотрении роли студента как основного звена образовательного процесса.

2. Преподаватели университета – данная группа клиентов включает в себя профессорско-преподавательский состав, работающий в

университете согласно штатному расписанию на основе трудового договора и(или) соглашения. К преподавателям университета отнесены лица, занимающие следующие должности: ассистент, старший преподаватель, доцент, профессор; также преподавателями являются лица, находящиеся на административных должностях, но осуществляющие преподавательскую деятельность и участвующие в учебном процессе в любой из его форм (лекция, семинар, практическое занятие, зачет, экзамен и др.).

3. Администрация университета – представляет собой людей, осуществляющих управление университетом. К этой группе клиентов – потребителей результатов деятельности университета, отнесены ректор и проректора университета, начальники и заведующие управлениями высшего учебного заведения, а также заведующие кафедрами, деканы и директора институтов, научно-образовательных центров, лабораторий, конструкторских бюро и иных подразделений вуза.

4. Персонал/сотрудники университета – представляют собой группу пользователей, состоящую из научных сотрудников, работников вышеперечисленных отделов и управлений, а также вспомогательного и обслуживающего персонала всех подразделений университета.

5. Обучающиеся на курсах повышения квалификации, дистанционной форме обучения и других формах – клиенты университета, пользующиеся его услугами по собственному желанию или по направлению от места работы, на коммерческой основе или согласно целевым федеральным, региональным и муниципальным программам, получающие в итоге диплом или сертификат государственного или установленного образца [8].

Внешними клиентами учреждений высшего профессионального образования являются:

1. Абитуриенты – часть населения, имеющая реальную или потенциальную возможность воспользоваться услугами университета по вопросу приобретения высшего образования. Данная группа может быть разделена на реальных абитуриентов (абитуриенты, подавшие документы на поступление), потенциальные абитуриенты – часть населения (преимущественно молодежь региона), которая имеет возможность стать студентами университета. К этой группе могут быть также отнесены учащиеся старших классов школ (лицеев, гимназий), колледжей, техникумов и училищ, выпускники вышеперечисленных

заведений. Как отдельную категорию в этой группе можно выделить «потерянных» абитуриентов, выбор которых был сделан не в пользу университета. С нашей точки зрения, увеличение или уменьшение численности представителей данной группы может выступать ярким свидетельством повышения или понижения конкурентоспособности конкретного образовательного учреждения.

2. Родители – группа лиц, ответственных за выбор вуза студентами и абитуриентами, заинтересованных в их сотрудничестве с университетом, и являющихся с одной стороны косвенными пользователями результатов деятельности университета, а с другой, чаще всего, непосредственными заказчиками, оплачивающими полученную услугу, контролирующими и наблюдающими качество результата. К данной группе могут быть отнесены все лица, имеющие подтвержденное юридическими документами родство со студентами и абитуриентами университета. При этом, данный объект исследования может быть также разделен на категории: родители студентов, родители реальных абитуриентов, родители потенциальных абитуриентов, родители «потерянных» абитуриентов.

3. Работодатели – группа лиц, пользующаяся результатами деятельности университета в виде обученных специалистов по направлениям подготовки университета. Данная группа может быть разделена на две подгруппы: реальные работодатели – руководители организаций, у которых в штате работают выпускники университета; потенциальные работодатели – руководители организаций, где проходят практику студенты университета и руководители организаций, где потенциально может быть использован труд выпускников университета (согласно выпускаемым специальностям) [7].

Таким образом, модернизация высшего профессионального образования напрямую связана с экономикой через обеспечение предпринимательских структур кадрами. Экономика, основанная на знаниях, означает, что главный ресурс – это кадры. Приоритет в подготовке кадров обусловлен требованиями нового технологического уклада экономики.

Проникновение высшей школы в сферу материального производства в развитых странах является движущей силой научно-технического прогресса, она обеспечивает ускорение процесса замещения технологического уклада в экономике. Интеграция образовательного, исследовательского и производственного процессов обеспечивает синергетический эффект и

приводит к значительным институциональным изменениям.

#### Литература

1. Гулей И.А. Управление организационной культурой в системе высшей школы // Управленец. Екатеринбург. №1. 2013. С. 68-76.
2. Гуськова Е.А., Шавырина И.В. Интеллектуальный потенциал современного вуза как системный феномен // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2015. №1. С. 227-231.
3. Данакин Н.С., Шутенко А.И. Образовательные инновации как фактор повышения конкурентоспособности современного вуза // European Social Science Journal. 2015. №4. С. 114-118.
4. Делягин М. Драйв человечества. Глобализация и мировой кризис / М. Делягин. М.: Вече, 2008. 528 с.
5. Иванов С.Ю. Основные тенденции и перспективы развития системы высшего образования в России // Almamater. 2009. №2. С. 5-9.
6. Куликова О.В., Целютина Т.В. Перспективы развития интернационализации высшего образования // Фундаментальные исследования. 2015. №7-3. С. 610-614.
7. Шавырина И.В. Корпоративная газета вуза как эффективный инструмент маркетинга образовательных услуг // Научный альманах. 2015. №9 (11). С. 1580-1582.
8. Avilova. Z.N., Gulei I.A., Shavyrina I.V. Formation of the Customer-Centric Organizational Culture of the University as a Factor of Effective Social and Economic

Development of the Region // Mediterranean Journal of Social Sciences. June 2015, Vol. 6. №3. Pp. 207-216.

#### References

1. Guley I.A. Management of Organizational Culture in Higher Education. Manager. Yekaterinburg. №1. 2013. Pp. 68-76.
2. Guskova E.A., Shavyrina I.V. The Intellectual Potential of Modern University System as a Phenomenon. Bulletin of the Belgorod State Technological University V.G. Shukhov. 2015. №1. Pp. 227-231.
3. Danakin N.S., Shytenko A.I. Educational Innovation as a Factor in Increasing the Competitiveness of Modern High School. European Social Science Journal. 2015. №4. Pp. 114-118.
4. Delyagin M. Drive of Humanity. Globalization and the Global Crisis. M Moscow: Veche. 2008. 528 p.
5. Ivanov S.Y. The Main Trends and Prospects of Higher Education in RUSSIA. Almamater. 2009. №2. Pp. 5-9.
6. Kulikova O.V., Tselyutina T.V. Prospects of Development of Internationalization of Higher Education. Basic Research. 2015. №7-3. Pp. 610-614.
7. Shavyrina I.V. Corporate Newspaper of the University as an Effective Marketing Tool of Educational Services. Scientific Almanac. 2015. №9 (11). Pp. 1580-1582.
8. Avilova. Z.N., Gulei I.A., Shavyrina I.V. Formation of the Customer-Centric Organizational Culture of the University as a Factor of Effective Social and Economic Development of the Region. Mediterranean Journal of Social Sciences. June 2015, Vol. 6. №3. Pp. 207-216.

УДК 316

DOI: 10.18413/2408-9338-2016-2-1-12-18

**Корнилова М.В.****СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ МОНИТОРИНГ УРОВНЯ И КАЧЕСТВА ЖИЗНИ ПОЖИЛЫХ МОСКВИЧЕЙ: НОВЫЕ МЕТОДИЧЕСКИЕ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ**

кандидат социологических наук, методист Центра мониторинговых исследований. Институт дополнительного профессионального образования работников социальной сферы. 1-ый Басманный переулок, д. 10, г. Москва, 105066, Россия. младший научный сотрудник. Институт социологии РАН. ул. Кржижановского д. 24/35 к. 5, г. Москва, 117218, Россия. Электронный адрес: mmrr@mail.ru

**Аннотация.** Автор анализирует и кратко обобщает 5-ти летний опыт проведения Мониторинга уровня и качества жизни граждан пожилого населения города Москвы и обосновывает внесение изменений в методические и организационно-структурные аспекты его проведения, основными предпосылками которых являются: ежегодный рост численности пожилых людей в общей структуре населения столицы; увеличение доли «долгожителей» среди пожилых в возрасте старше 80 лет, в общей структуре населения старше трудоспособного возраста; изменение законодательства, регулирующего предоставление социального обслуживания для пожилых россиян в целом и москвичей в частности; объединение блоков социальной защиты и трудоустройства в единую структуру Департамента труда и социальной защиты населения г. Москвы.

В статье содержится обоснование изменения объема выборки опрашиваемых и периодичности проведения мониторинга, авторская методика формирования квотной пятиступенчатой выборочной совокупности, обоснование внесения изменений в инструментарий, а также обновленная модель организации и проведения социологического мониторинга.

**Ключевые слова:** социологический мониторинг; уровень и качество жизни; пожилые москвичи; социальная защита; социальное обслуживание.

**Kornilova M. V.****SOCIOLOGICAL MONITORING OF THE LEVEL AND QUALITY OF LIFE OF OLDER MUSCOVITES: NEW METHODOLOGICAL AND ORGANIZATIONAL APPROACHES**

Candidate of Sociological Sciences, Methodist of Monitoring Research Center. The Institute of Additional Professional Education for Social Workers. 10 1-St Basmanny Pereulok, Moscow, 105066, Russia. Junior Researcher The Institute of Sociology, Russian Academy of Science. 24/35, build 5 Krzhizhanovskogo St., Moscow, 117218, Russia E-mail: mmrr@mail.ru

**Abstract.** The author briefly summarizes and analyzes a 5-year experience of monitoring the level and quality of life of the elderly population of the city of Moscow and justifies changes in teaching and organizational and structural aspects of its implementation. The main assumptions are: the annual growth of the elderly population in the total population of the capital; the increase in the share of "long-livers" among the elderly aged over 80 years in the total population older than working age; the change in the legislation governing the provision of social services for older Russians in general and Muscovites in particular; the blocks of social protection and employment in the unified structure of the Department of Labour and Social Protection of Population of Moscow.

The article contains the rationale for changes in the volume of the sample respondents and the frequency of monitoring, the author's technique of formation of a five-stage quota sampling, the justification of amendments in the Toolkit, as well as an updated model of the organization and carrying out of sociological monitoring.

**Keywords:** sociological monitoring; the level and quality of life; elderly Muscovites; social protection; social services.

Комплексный мониторинг уровня и качества жизни граждан пожилого возраста в городе Москве проводится уже 5 лет Центром мониторинговых исследований Института дополнительного профессионального образования работников социальной сферы, который входит в структуру Департамента труда и социальной защиты населения г. Москвы. Методология проведения и технология организации мониторинга разработаны специалистами Центра мониторинговых исследований, методистом которого является автор.

В соответствии с приказом Департамента социальной защиты<sup>1</sup> населения города Москвы от 14 июня 2011 года № 188 «О проведении мониторинга уровня и качества жизни граждан пожилого возраста, проживающих в городе Москве» он проводится 2 раза в год, охватывая по 5 тыс. респондентов на каждом этапе его проведения. Однако 5-ти летний опыт опросов по выборкам объемом в 5000 респондентов каждые полгода по одной и той же тематике не продемонстрировал существенной динамики в направленности мнений респондентов, за исключением реакции на ситуативные изменения, происходящие в социальной, политической, экономической сферах. Кроме того, рост доли пожилых в общей структуре населения г. Москвы с 23,3% в 2011 году до 26,5% в 2015 году наглядно демонстрирует общее увеличение объема генеральной совокупности исследования. В связи с этим было принято решение о снижении периодичности проведения мониторинга с 2-х до 1-го раза в год за счет увеличения объема выборочной совокупности с 5 тыс. респондентов до 7 тыс. респондентов. При формировании и пересчете выборки также учитывались следующие социально-экономические и управленческие факторы: реформы, проведенные в системе социальной защиты, изменения в структуре финансирования, внедрение некоммерческого сектора социальных услуг, присоединение блока занятости к системе социальной защиты.

В целом как эффективный инструмент сбора, систематизации и предоставления всесторонних

данных об особенностях жизнедеятельности пожилых москвичей и функционировании столичной системы социальной защиты населения Комплексный мониторинг уровня и качества жизни граждан пожилого возраста в городе Москве себя полностью оправдал.

Но, при сохранении принципов регулярности и масштабности исследования, принципы организации и проведения мониторинга нуждаются в существенной корректировке. Происходящие реформы в системе социального обслуживания населения города Москвы ставят новые задачи перед исследователями и организаторами мониторинга по трансформации организационно-структурной части Комплексного мониторинга, актуализации инструментария, пересмотра и пересчета выборочной совокупности.

Мониторинги, проводимые в период с 2011 по 2015 годы (I-X этапы), носили лонгитюдный характер. Данный подход позволил на протяжении пяти лет изучать не только показатели уровня и качества жизни, но и наблюдать за изменением потребностей одних и тех же пожилых москвичей.

Однако недостатки данного вида исследования именно для такой возрастной когорты, как граждане пожилого возраста очевидны. За 5 лет проведения комплексного мониторинга многие перешли из молодых пожилых (55-60 лет), в среднюю группу (60-69 лет), из средней в старшую и т.д. При этом, «места», фактически освободившиеся, например, в квоте «молодых» пожилых, не занимались другими «молодыми» пенсионерами из числа вновь вставших на социальное обслуживание или уволившихся с работы по выходу на пенсию, а фактически опрашивались те же, уже постаревшие респонденты. В результате опроса одних и тех же респондентов, наметился перекоп в выборке в сторону опроса более старших возрастных групп пожилых людей, а также деформация общих тенденций, взглядов, мнений, настроений, приоритетов пожилых людей и требований к показателям уровня и качества жизни в связи с переходом их в старческий возраст.

Перечисленные факторы и предпосылки актуализируют необходимость обоснования и перерасчета квотных признаков выборочной

<sup>1</sup> С 26 августа 2015 г. Департамент труда и социальной защиты населения г. Москвы.

совокупности, корректировки и дополнения инструментария, внесения изменений в организацию мониторинга, становятся фундаментальными задачами, решать которые планируется, начиная с XI этапа проведения мониторинга.

**Генеральная и выборочная совокупности исследования.** Под генеральной совокупностью социологического исследования понимается все население, или определенная его часть, которую намерен изучить социолог в своем исследовании [1, с. 201-202].

В практике изучения уровня и качества жизни пожилого населения города Москвы генеральная совокупность ограничена территориальным, возрастным и др. количественными и качественными признаками и поэтому включает в себя определенное число единиц анализа (все постоянно проживающее население столицы старше трудоспособного возраста).

По состоянию на 01 января 2015 года, численность граждан старше трудоспособного возраста (женщин старше 55 лет, мужчин старше 60 лет) в г. Москве составила 3,131 млн. человек<sup>1</sup>. Таким образом, **генеральная совокупность исследования** составляет **3,1 млн.** объектов наблюдения.

Поскольку проанализировать все единицы наблюдения генеральной совокупности очень трудоемко, необходимо ограничиться определенной его частью, схожей по заданным параметрам, которая и называется выборочной совокупностью исследования.

С I по X этапы мониторинга квотирование категорий опрашиваемых не регламентировалось с точки зрения половозрастных признаков. Общее количество респондентов, необходимое для участия в опросе, рассчитывалось по территориальному и категориальному признакам. Несмотря на то, что данный подход к квотированию респондентов позволял на протяжении 5-ти лет собирать необходимую информацию об уровне и качестве жизни пожилых москвичей, наметилась деформация выборочной совокупности с точки зрения ее соответствия общей половозрастной структуре населения старше трудоспособного возраста, постоянно проживающего в Москве.

Половозрастной принцип квотирования респондентов, взятый за основу на XI этапе проведения мониторинга, предполагает построение выборочной совокупности исследования, в основу которого положено соотношение включенных в выборку пожилых мужчин и женщин в соответствии с общей половозрастной структурой москвичей старше трудоспособного возраста и только потом деление на категории. «Квотная выборка - микромодель объекта социологического исследования, формируемая на основе статистических сведений (параметров квот) преимущественно о социально-демографических характеристиках элементов генеральной совокупности» [2, с. 201].

Принцип интервальной составляющей возраста для отбора респондентов, основан на градации возрастных групп, используемых в органах официальной государственной статистики (Госкомстате, Мосгорстате).

Пропорциональное распределение мужчин и женщин по заданным возрастным группам, представлено в таблице 1.

Распределение мужчин и женщин по возрастам, представленное в таблице 2, посчитано пропорционально данным в табл. 1. Таким образом, в опросе должны принять участие 4921 женщин и 2079 мужчин в возрасте от 55 лет для женщин и от 60 лет для мужчин. Общее соотношение опрошенных женщин и мужчин должно составить 70,3% и 29,7% соответственно.

Далее, к уже имеющимся двум признакам квотирования (по полу и возрасту) вводится третий признак – территориальный (подсчет квот в соответствии с округом проживания). Итоговое количество респондентов по каждому округу (таб. 3) было рассчитано на основании данных, предоставленных Департаментом труда и занятости населения г. Москвы.

Таким образом, в таблице 3, представлен свод данных о количестве респондентов согласно половозрастному (сумма по строкам) и территориальному (сумма по столбцам) признакам. Количество респондентов внутри каждой ячейки таблицы 3 рассчитывалось пропорционально общему количеству опрошиваемых по каждой половозрастной группе и относительно общего количества респондентов по каждому округу.

<sup>1</sup> Согласно данным предоставленным Мосгорстатом по запросу Института.

Таблица 1  
**Половозрастная структура населения старше трудоспособного возраста, постоянно проживающего в Москве**  
Table 1

**The age and sex structure of the population over working age, permanently residing in Moscow**

Возраст, лет	Количество респондентов, чел		Всего, чел.	Соотношение, % по столбцу	Соотношение, % по строке	
	Пол				Пол	
	Женщины	Мужчины			Женщины	Мужчины
55-59	487 738	-	487 738	15,6%	100,0%	0,0%
60-69	749 030	519 639	1 268 669	40,5%	59,0%	41,0%
70-79	539 178	294 503	833 681	26,6%	64,7%	35,3%
80 и старше	423 765	116 995	540 760	17,3%	78,4%	21,6%
<b>ИТОГО:</b>	<b>2199 711</b>	<b>931 137</b>	<b>3 130 848</b>	<b>100%</b>	<b>70,3%</b>	<b>29,7%</b>

Таблица 2  
**Квотное распределение выборочной совокупности по полу и возрасту**  
Table 2

**Quota distribution of the sample by gender and age**

Возраст	Количество респондентов, чел		Всего, чел.	Соотношение респондентов, % по столбцу	Соотношение респондентов, % по строке	
	Пол				Пол	
	Женщины	Мужчины			Женщины	Мужчины
55-59	1091	-	1091	15,6%	100,0%	0,0%
60-69	1676	1160	2836	40,5%	59,0%	41,0%
70-79	1206	658	1864	26,6%	64,7%	35,3%
80 и старше	948	261	1209	17,3%	78,4%	21,6%
<b>ИТОГО:</b>	<b>4921</b>	<b>2079</b>	<b>7000</b>	<b>100%</b>	<b>70,3%</b>	<b>29,7%</b>

Таблица 3  
**Квотное распределение выборочной совокупности по половозрастному и территориальному признакам, чел.**  
Table 3

**Quota distribution of the sample by gender, age and territory, people**

Возраст	Пол	Название административного округа г. Москвы											Всего	
		ЦАО	САО	СВАО	ВАО	ЮВАО	ЮАО	ЮЗАО	ЗАО	СЗАО	ЗелАО	ТТНАО		
55-59	м	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	ж	67	109	129	137	114	154	130	118	84	24	25	1091	
60-69	м	71	116	137	146	121	163	139	125	89	26	27	1160	
	ж	104	167	199	211	174	236	200	181	128	37	39	1676	
70-79	м	41	66	78	83	68	93	79	70	51	14	15	658	
	ж	75	120	143	152	126	169	145	130	93	26	27	1206	
80 и старше	м	16	26	31	33	27	37	31	28	20	6	6	261	
	ж	59	95	112	119	99	133	113	102	73	21	22	948	
<b>ИТОГО:</b>		<b>433</b>	<b>699</b>	<b>829</b>	<b>881</b>	<b>729</b>	<b>985</b>	<b>837</b>	<b>754</b>	<b>538</b>	<b>154</b>	<b>161</b>	<b>7000</b>	

Отбор по половозрастному и территориальному признаку уже предполагает, что объекты, попавшие в выборочную совокупность исследования, будут обладать определенной достаточностью характеристик для участия в исследовании, а в сочетании еще и с социально-профессиональными показателями отбора респондентов, выборочную совокупность исследования можно считать представительной [3, с. 62].

Так, для наиболее полной характеристики материального положения пенсионеров как

одного из важнейших основополагающих критериев уровня жизни, отбор респондентов еще по двум признакам продиктованы необходимостью участия в опросе неработающих пожилых и продолжающих работать после выхода на пенсию по старости, а также пожилых граждан, пользующихся и не пользующихся услугами организаций социального обслуживания.

Решению такого рода задач способствуют целевые подвыборки, расчет и обоснование которых сводится к тому, что в выборочной

совокупности исследования должны быть представлены объекты, имеющие данные признаки [1, с. 227].

Таким образом, на XI этапе выборка мониторинга была сформирована методом 5-ти ступенчатого квотного отбора, где 3 социально-демографических признака (пол, возраст, пространственная локализация) являются основными, а 2 категориальных («работает – не работает», «получает – не получает социальные услуги») – дополнительными.

**Новые принципы построения инструментария мониторинга.** Пятилетний опыт проведения мониторинга уровня и качества жизни граждан пожилого возраста позволяет сделать выводы не только о целесообразности проведения такого масштабного исследования, но и предполагает выявление компонентов, нуждающихся в корректировке. Необходимость изменения инструментария (анкеты опроса) так же очевидна, как и пересчет квот внутри выборочной совокупности.

Несмотря на то, что в течение проведения 10 этапов мониторинга анкета уже корректировалась достаточное количество раз, все вносимые изменения носили, в основном, ситуативный, не системный характер, (в связи с нововведениями в законодательстве, изменением социально-политической обстановки, расширением территориального пространства столицы и т.д.). Все изменения, вносимые в анкету, себя оправдали. Благодаря гибкости инструментария удалось получить разовые срезы мнений пожилых москвичей о платных услугах, востребованности услуг отделений дневного пребывания и социального обслуживания на дому, отношение пожилых людей к предложению о переселении за пределы города (в Московскую область), о необходимости развития дополнительных видов социальных услуг для сельского населения и т.д.

Комплексный мониторинг уровня и качества жизни пожилых москвичей был направлен на получение и анализ данных собственно по уровню и качеству жизни, а также на фиксацию мнений относительно существующей в столице системы социальной защиты. Несмотря на то, что такая усложненная задача была выполнена, на XI этапе мониторинга предполагается пересмотр структуры и направленности анкеты.

Принципиальное отличие нового инструментария – разделение анкетирования на 2 части.

**Первая часть** будет ориентирована на сбор данных о традиционных показателях уровня и качества жизни пенсионеров: место проживания, материальное положение, особенности питания, состояние здоровья, лекарственное обеспечение, безопасность, социальное самочувствие, проведение досуга и отдыха, транспортное и торговое обслуживание и др.

Поскольку с 26 августа 2015 года Департамент социальной защиты населения города Москвы был преобразован в Департамент труда и социальной защиты, включение целого блока более подробных вопросов о трудозанятости пожилых людей представляется особенно актуальным. Это позволит собрать мнения не только работающих респондентов относительно имеющейся работы, но и оценить потенциально возможные способы включенности пожилых людей в трудовую деятельность после ее окончания. В то же время, предлагается уйти от вопросов, связанных с ограничениями в передвижении, поскольку представление о двигательной активности респондентов уже имеется. Задавать вопросы относительно комфортности жилищных условий респондентов каждые полгода или даже каждый год тоже не имеет смысла, т.к. информация о количестве комнат в квартире респондента уже получена и вряд ли поменяется в промежутке между этапами исследования. Но, видится целесообразным рассмотрение приспособленности жилья с учетом возрастных особенностей пожилого человека: наличие пандусов, лифтов, этажность дома. Особый интерес представляет отношение респондентов к предоставляемым коммунальным услугам, например, к таким нововведениям, как плата за капитальный ремонт и ряд других актуальных вопросов по данной теме. Еще одним нововведением XI этапа мониторинга станет включение в анкету общего блока вопросов по экологическим проблемам города и экологии места проживания, а также показателей информатизации жизненного пространства пожилых: наличие компьютера и компьютерная грамотность, пользование интернетом, мобильным телефоном, и др. гаджетами.

**Вторая часть анкетирования** будет целиком посвящена изучению специфики социальной защиты пожилого населения. Основная цель – определение потребностей пожилых в новых услугах и оценка существующих. Это позволит обеспечить полноту и достоверность сбора данных относительно статических и динамических

показателей системы социальной защиты населения. Данная часть инструментария предполагает большую гибкость – возможность вносить изменения на каждом этапе проведения мониторинга в зависимости от изменений в самой системе. Во вторую часть анкетирования планируется также включить блок вопросов о деятельности коммерческих структур, предоставляющих социальные услуги.

Такая специализация анкеты, во-первых, позволит собрать актуальные данные о государственном секторе социальной защиты; а во-вторых, положит начало регулярному сбору и анализу данных о коммерческом секторе социальных услуг для пожилых.

**Новые подходы к организации проведения мониторингового исследования.** Высокий уровень качества, получаемых данных в любом социологическом исследовании базируется на четко выстроенной и эффективной модели организации проведения исследования.

Новая модель организации и проведения Комплексного мониторинга уровня и качества жизни представлена на рис.1. Первые 2 ступени – заказчик и организатор останутся неизменными. Изменения пока коснутся исполнителей 1-го и 3-го уровней.

На протяжении 10 этапов проведения мониторинга исполнителями 2-го уровня являлись Территориальные Центры социального обслуживания (ТЦСО) и их филиалы (ЦСО), а исполнителями 3-го уровня – социальные работники Центров, выполняющие роль интервьюеров. Они непосредственно занимались сбором данных и обеспечивали качество результатов исследования.

Связующим звеном между организаторами и интервьюерами являлись исполнители 1-го уровня – окружные управления социального обслуживания (ОУСЗН). В каждом из них назначался окружной супервайзер, контролирующий качество заполнения и сроки предоставления анкет от территориальных супервайзеров. Территориальные супервайзеры были непосредственно связаны с интервьюерами и назначались внутри ТЦСО и/или ЦСО, а окружные – распределяли респондентов по территориям внутри округа и контролировали территориальных. Их функцию контроля качества предоставляемых от интервьюеров анкет предлагается сохранить.

Несмотря на то, что такая организация опроса в значительной степени себя оправдала, с XI этапа мониторинга в эту схему будет включено по 2 новых исполнителя 1-го и 3-го уровней: Центры занятости и Общественные организации; их сотрудники, которых планируется задействовать в качестве интервьюеров.

При сохраняющейся пока включенности системы социальной защиты в проведение мониторинга, добавление «независимых» специалистов-интервьюеров из числа Общественных организаций, которые будут опрашивать респондентов, будет способствовать повышению достоверности полученных результатов, добавит уверенности в том, что респондент выражает собственное мнение, заполняет анкету самостоятельно. Кроме того, привлечение к опросу районных Центров занятости населения для опроса только работающих пенсионеров позволит снять имевшуюся ранее нагрузку с Центров социального обслуживания по поиску работающих пожилых москвичей. Это также позволит получить информацию о количестве граждан пенсионного возраста, которые были трудоустроенными и по каким специальностям, определить возраст трудоустроенных и движущие силы трудовой активности пенсионеров.

Ранее уже было отмечено, что новые подходы к организации и проведению мониторинга уровня и качества жизни пожилых граждан базируются не только на основе методических принципов уже опробованных с I по X этапы, но и предполагают ряд ключевых нововведений, основными из которых являются: изменение периодичности проведения мониторинга и общего количества респондентов, пересмотр квотных признаков и перерасчет внутри выборки, изменение логической и содержательной структуры анкеты, расширение организационной модели проведения мониторинга за счет включения новых исполнителей 1-го и 3-го уровней.

Все вышеперечисленные изменения позволят: уменьшить риск отказа от полного заполнения анкеты и получить динамику ответов респондентов по самым актуальным, в настоящее время, вопросам, снизить затраты на проведение исследования, уменьшить нагрузку на Учреждения социального обслуживания, за счет опроса работающих пенсионеров Центрами занятости.

Заказчик

Организатор

Исполнители  
супервайзеры  
(1 уровень)

Исполнители  
супервайзеры  
(2 уровень)

Исполнители  
Интервьюеры  
(3 уровень)

Респонденты

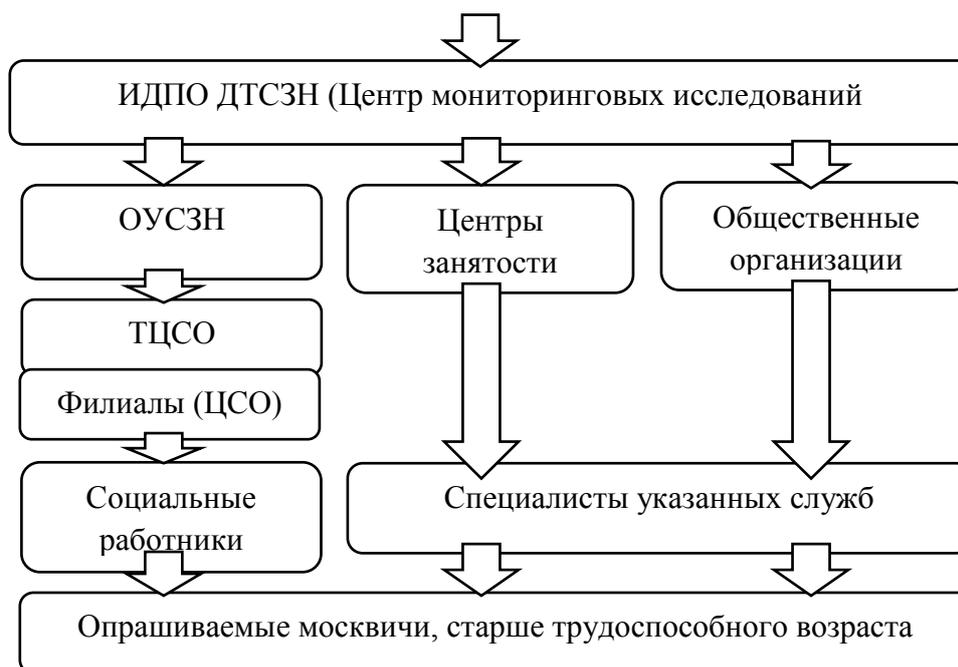


Рис. Новая модель организации и проведения комплексного мониторинга уровня и качества жизни граждан пожилого возраста в г. Москве

Fig. A new model for the organization and conducting of comprehensive monitoring of the level and quality of life for senior citizens in Moscow

**Литература:**

1. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования: учебное пособие. 6-е изд. М.: КДУ, 2010. 296 с.
2. Добрен'ков В.И., Кравченко А.И. Методология и методика социологического исследования: Учебник. М.: Академический Проект; Альма Матер, 2009. 537 с.
3. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. М.: Наука, 1987. 245 с.

**References:**

1. Devyatko I.F. *Methods of sociological research: a training manual*. Moscow: KDU. 2010. 296 p.
2. Dobren'kov V.I., Kravchenko A.I. *Methodology and Methods of Sociological Research*. Moscow: Academic Project; Alma Mater, 2009. 537 p.
3. Yadov V.A. *Sociological Research: Methodology, Program, Methods*. Moscow: Nauka. 1987. 245 p.

УДК 338.24.01

DOI: 10.18413/2408-9338-2016-2-1-19-26

**Проняева Л.И.  
Павлова А.В.**

**РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ МЕЖОРГАНИЗАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ  
В КЛАСТЕРАХ**

- 1) доктор экономических наук, профессор. Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Орловский филиал. б. Победы 5а, Орёл, 302028, Российская Федерация  
Электронный адрес: pli.dom@mail.ru
- 2) аспирант кафедры «Экономика и экономическая безопасность». Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Орловский филиал. б. Победы 5а, Орёл, 302028, Российская Федерация. Электронный адрес:anna-pavlova1010@yandex.ru

**Аннотация.** В статье раскрывается сущность понятий партнерских отношений, межорганизационного управления и его принципов. Дана оценка кластерной формы объединения организаций, являющейся одним из инструментов повышения их конкурентоспособности. Проведено исследование форм управления в кластерных объединениях и предложены рекомендации по совершенствованию механизма межорганизационного управления. В статье затронуты проблемы сетевого взаимодействия организаций, создания кластерных структур, развития интеграционных связей, послужившие основной для определения состава принципов развития межорганизационных отношений и управления ими. Произведена авторская группировка и систематизация взаимосвязанных принципов управления межорганизационными отношениями в кластерах на основе выделения стадий жизненного цикла организаций и видов управления: стадия формирования кластерных структур; стадия функционирования кластерных объединений; принципы стратегического управления кластерными структурами.

**Ключевые слова:** кластерные объединения; межорганизационное управление; механизм управления; формы и принципы управления.

**Pronyaeva L.I.  
Pavlova A.V.**

**DEVELOPMENT OF THE INTERORGANIZATIONAL MANAGEMENT  
SYSTEM IN CLUSTERS**

- 1) Doctor of Economics, Professor. The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, the Orel Branch. 5a Pobedy Blvd., Orel, 302028, Russian Federation. E-mail: pli.dom@mail.ru
- 2) Postgraduate Student, Department of Economics and Economic Security. The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, the Orel Branch. 5a Pobedy Blvd., Orel, 302028, Russian Federation  
E-mail: anna-pavlova1010@yandex.ru

**Abstract.** The article reveals the essence of the concepts of partner relations, interorganizational management and its principles. The cluster forms of an organizational association, being one of the tools increasing their competitiveness, have been estimated herein. A research of the forms of management in cluster associations has been carried out and some recommendations of how to improve a mechanism of interorganizational management have been offered. The article covers the problems of network interaction between the organizations, the formation of cluster structures, and the development of integration communications, which served as a basis for outlining the structure of principles for the development of interorganizational relations and how to manage them. The author conducted the grouping and systematization of interconnected principles of how to manage the interorganizational relations in clusters on the basis of allocating the stages of the organizations' life cycle and the types of management: the stage, at which the cluster structures are formed; the stage, at which the cluster association functions; the principles of strategic management of cluster structures.

**Keywords:** cluster associations; interorganizational management; a controlling mechanism; forms and principles of management

**Актуальность.** В условиях глобализации и интеграции экономических систем субъекты хозяйствования ориентированы на создание и развитие конкурентных преимуществ в целях повышения эффективности деятельности. На современном этапе развития экономики конкуренция определяется не только доступом к ресурсам и рынкам сбыта, но и доступом к информации и партнерам по бизнесу, таким образом, наличие устойчивых партнерских взаимосвязей является конкурентным преимуществом организации.

Важным аспектом является качество управления партнерскими отношениями. Отечественные предприятия, ориентированные на межфирменное партнерство часто сталкиваются с проблемой эффективного управления межорганизационными отношениями. В связи с этим, актуальным является проблема исследования вопросов межорганизационного управления.

В настоящее время одной из форм межфирменной интеграции и кооперации является кластерное объединение организаций. Реализация кластерной политики представляет собой один из механизмов повышения конкурентоспособности. Необходимо отметить, что кластерная концепция может быть успешно использована для стимулирования экономического развития на разных политико-географических уровнях: на международном уровне; на федеральном уровне; на региональном уровне; на уровне города и для экономически и социально депрессивных районов больших городов [8].

Для нашей страны кластерный подход является новым инструментом экономического развития и для того, чтобы кластерные формы организации стали эффективным механизмом повышения конкурентоспособности необходимо комплексное изучение вопросов развития системы управления межорганизационными отношениями.

**Изложение основного материала.** В условиях современного рынка любое предприятие нуждается в эффективном и быстром взаимодействии с экономической средой. Такое межорганизационное взаимодействие осуществляется путем установления партнерских связей.

По мнению А. Уилсона и К. Чарлтона, партнерские связи представляют собой «совместную работу двух и более организаций по использованию своих различных ресурсов в целях достижения результатов, недоступных этим организациям по отдельности» [12].

На взгляд К.Ф. Грея, «партнерство — это нечто большее, чем набор целей и процедур; это состояние ума, философия, как вести дела с другими организациями. Партнерство

представляет обязательства всех участников проекта уважать, доверять и сотрудничать» [1].

По нашему мнению, партнерские отношения — это взаимовыгодные экономические отношения субъектов рынка, устанавливаемые с целью повышения конкурентоспособности и эффективности деятельности на основе сотрудничества.

Кластерные формы объединения организаций играют важную роль в качестве фактора экономического роста и являются одним из инструментов повышения конкурентоспособности. Согласно Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года, предусмотрено создание «сети территориально-производственных кластеров, реализующих конкурентный потенциал территорий». Таким образом, кластерный подход является приоритетным направлением экономической политики России.

М. Портер отмечает функции, которые выполняют кластеры в экономическом развитии любой страны:

1) Кластеры — критические двигатели в экономической структуре национальной и региональной экономики. Процветание региона зависит от значимых позиций в определенном количестве конкурентоспособных кластеров.

2) Кластеры могут определять фундаментальные задачи в национальных или региональных условиях ведения бизнеса: кластеры в большой мере соотносятся с природой конкуренции и микроэкономическими факторами, которые влияют на конкурентные преимущества.

3) Кластеры обеспечивают новый способ мышления в сфере экономики и усилий по развитию ее организации. Так, кластер заставляет пересмотреть роли частного сектора, правительства, торговых ассоциаций, образовательных и исследовательских учреждений в экономическом развитии, а также определить общие возможности, а не только общие проблемы фирм и компаний всех форм собственности [11].

Оценивая перспективы развития российской экономики, М. Портером, выделены факторы, препятствующие кластеризации в России:

- недостаточная развитость инфраструктуры;
- сильный административный ресурс, проявляющийся в высокой степени вмешательства государства в частный сектор экономики;
- слабая судебная система;
- несовершенство нормативной базы, создающей барьеры для экономического развития;

- высокая сырьевая зависимость экономики, отвечающая политическим интересам и обеспечивающая национальную безопасность;

- наличие компаний-гигантов, занимающих ключевое место в экономике, неразвитая конкуренция [13].

Несмотря на широкое освещение отечественными и зарубежными учеными вопросов управления кластерными структурами, в экономической литературе отсутствует четкое определение категорий межорганизационного управления, его форм и принципов управления кластерными объединениями организаций.

По нашему мнению, межорганизационное управление – это совокупность мероприятий, методов и инструментов, позволяющих формировать, координировать и контролировать взаимовыгодные экономические отношения субъектов межфирменной интеграции для достижения поставленных целей с учетом воздействия факторов внешней среды.

Особенностью межорганизационного управления в кластерах является то, что объектом управления является деятельность независимых друг от друга взаимодействующих экономических субъектов, каждый из которых в интегрированной структуре выполняет свои функции.

Организационная структура управления кластером представляет собой систему распределение целей между различными управленческими звеньями. В ее составе следует выделить управленческие подразделения, входящих в кластер организаций, внутрисистемные связи, основанные на распределении между ними задач и функций, ответственности, полномочий и прав.

Система управления кластерным объединением находится под влиянием внутренних факторов и выстраивается с учетом внешних условий формирования и функционирования кластера. К внутренним факторам, определяющим характер системы межорганизационного управления кластером следует отнести: выбранную участниками управленческую стратегию и схему распределения управленческих задач, территориальное расположение и масштабы деятельности кластера, виды экономической деятельности участников кластера и их производственно-технологический потенциал [7].

В кластере присутствует сетевая форма межорганизационного управления деятельностью его участников, которая обеспечивает

синергетический эффект и устойчивость во внешней среде. Сущность сетевой формы управления заключается в выстраивании прямых связей между всеми участниками совместной деятельности, в переходе к горизонтальной структуре управления, в замене административных отношений контрактными.

Сетевая форма межорганизационного управления основана на использовании в качестве субъекта управления кластером независимой хозяйственной единицы, заменяющей функциональные управленческие структуры независимых участников объединения. Данная форма управления базируется на высоком уровне доверия между участниками кластера, а также на развитии устойчивых, постоянно развивающихся связях между экономическими субъектами.

При проектировании системы управления кластером следует определить необходимое соотношение степени делегирования полномочий и мобильности управления, исходя из задач и характера деятельности участников. Основываясь на уровне подходе к системе управления, в кластерах следует выделять ее стратегический и тактический уровни.

Тактический уровень управления кластером представляет собой совокупность управленческих структур отдельных участников, каждый из которых самостоятельно выбирает решения и способ их реализации из множества альтернативных вариантов. Стратегический уровень управления должна представлять структура, в которой в качестве объекта управления выступает кластер как целостная организационная система.

В части совершенствования механизма межорганизационного управления при сетевой форме, можно предложить передать полномочия по управлению кластерным объединением на стратегическом уровне Исполнительной дирекции кластера, которая представляет собой специализированную управленческую структуру, со своим аппаратом и функциями, зависящими от возлагаемой на него управленческой нагрузки. К этим функциям следует отнести: координацию участников; прогнозирование, выработку стратегии; финансовое и производственное планирование; контроль выполнения; анализ результатов. В качестве положительных сторон привлечения к управлению кластером специально создаваемой структуры – Исполнительной дирекции, можно отметить снижение

коммерческого риска при сохранении оптимального уровня мобильности управления, активизацию действия управленческого механизма, так как управление осуществляется на основе индивидуальной работы с участниками объединения.

Развитие системы межорганизационного управления в кластерах должно основываться на определенных принципах.

Принципы межорганизационного управления, по нашему мнению, можно определить как основные исходные положения, общепринятые правила и закономерности, использование которых позволит осуществлять эффективное управление для достижения высоких результатов деятельности межорганизационных объединений на различных стадиях их жизненного цикла.

Многие ученые, исследуя проблемы сетевого взаимодействия организаций, создания кластерных структур, развития интеграционных связей, определяли принципы функционирования межорганизационных отношений и управления ими.

Так, Е.М. Терешин, предлагает выделить три группы принципов межорганизационного взаимодействия в кластерных структурах, а именно: принципы цели, принципы формы и содержания, принципы управления и взаимодействия [8].

Ф.Е. Караевой определены следующие группы принципов кластерных объединений организаций:

- общесистемные принципы управления (научности, системности, комплексности, экономичности, эффективности, синергизма, динамического равновесия, адаптации, мотивации)

- частные принципы формирования регионального кластера (принципы добровольного характера объединения, децентрализации, партнерства, приоритета рыночных механизмов формирования кластера, интеграции стратегии социально-экономического развития региона и корпоративной стратегии кластера; соответствия стратегических целей участников целям формируемого регионального промышленного кластера; индивидуальной выгоды, ресурсной обеспеченности; сбалансированности расхода ресурсов субъектов власти и предприятий; максимального использования существующего потенциала) [5].

Н.А. Ефимов и Е.В. Иванова акцентируют внимание на специфических принципах кластерной формы организации:

- 1) принцип мультиколлинеарности;
- 2) принцип мультипликативности;
- 3) принцип наличия центра гравитации [3].

О.В. Несмачных, рассматривает механизм управления кластером, базирующийся на трех уровнях принципов:

1) принципы формирования промышленных кластеров (принцип многомодельности; принцип соблюдения критической массы кластера; принцип сосуществования конкуренции и кооперации; принцип специализации; принцип гибкости границ кластера; принцип диффузии инноваций; принцип соответствия стратегических целей; принцип многоуровневости возникновения синергетического эффекта);

2) принципы оценки стратегической эффективности кластера (принцип максимального охвата; принцип соответствия выбранных критериев оценки целям функционирования кластера; принцип многоэтапности оценки; принцип многокритериальности оценки);

3) принципы стратегического управления кластером (принципы проектного управления и финансирования; эффективного распределения ресурсов; комплексности использования ресурсов; идеологический принцип, принцип структурной оптимизации адаптации, принцип целостности и иерархии) [6].

Э.А. Каменских, сформулированы принципы управления кластером на основе того, что любая система управления состоит из субъекта, объекта и субъектно-объектных связей, и каждой из подсистем соответствуют свои принципы [4].

Проанализировав различные подходы по вопросу принципов создания и функционирования кластерных объединений организаций, предлагаем систематизировать принципы межорганизационного управления (таблица 1). Группировка принципов управления кластерными объединениями произведена нами исходя из укрупненных стадий жизненного цикла организаций и видов управления, выделив:

- принципы управления на стадии формирования кластерных структур;
- принципы управления на стадии функционирования кластерных объединений;
- принципы стратегического управления кластерными объединениями.

Таблица 1

**Систематизация принципов межорганизационного управления кластерными объединениями организаций**

Table 1

**Systematization of the principles of interorganizational management in Clusters**

Группа принципов	Перечень принципов управления
<i>Принципы управления на стадии формирования кластерных структур</i>	1. Принцип системности
	2. Принцип комплексности
	3. Принцип многомодельности
	4. Принцип синергизма
	5. Принцип оптимальности размера и структуры кластера
<i>Принципы управления на стадии функционирования кластерных объединений</i>	6. Принципы организации систем и процессов
	7. Принцип координации
	8. Принцип прозрачности и открытости
	9. Принцип инновационности
	10. Принцип адаптируемости
	11. Принцип единой информационной среды
	12. Принцип эффективности
	13. Принцип мультипликативности
	14. Принцип кооперации и конкуренции
	15. Принцип ресурсной обеспеченности и сбалансированности
16. Принцип контроля и оценки эффективности	
<i>Принципы стратегического управления кластерными объединениями</i>	17. Принцип плановости
	18. Принцип целостной системы управления
	19. Принцип ориентированности
	20. Принцип бенчмаркинга

Управление кластерными структурами на стадии их создания должно опираться на ряд взаимосвязанных принципов.

Во-первых, следует придерживаться принципа системности, управление на этапе формирования базируется на включении в состав кластера взаимосвязанных организаций, имеющих непосредственную связь минимум с одним участником кластерного образования.

Далее вступает в действие принцип многомодельности, так как требуется принять управленческое решение, выбрав одну из моделей формирования кластерных структур. В настоящее время существует несколько моделей формирования кластерных объединений организаций: начальнотрадиционная,

завершеннотрадиционная и равномерно распределенная [2].

Выбор той или иной модели формирования кластера должен базироваться на принципе комплексности, согласно которого управление кластерными структурами предполагает комплексное исследование внешних и внутренних факторов, влияющих на формирование кластера. Среди внешних системообразующих факторов выделяют: природно-климатические, политические, социальные, факторы государственного регулирования, ресурсные и рыночные факторы. Внутренними системообразующими факторами являются конкурентные, инновационные, трудовые и производственные связи [5].

Кластерные образования состоят из определенного количества участников, это представители бизнеса, организации рыночной инфраструктуры, научно-исследовательские и образовательные организации, органы власти, поэтому управляя кластерным объединением организаций на стадии формирования необходимо учитывать принцип оптимальности размера и структуры, нарушение которого может отрицательно сказаться на эффективности деятельности. Оптимальный размер кластерного образования зависит от множества внешних и внутренних факторов, а также от выбранной модели формирования кластера, это свидетельствует о тесной взаимосвязи данного принципа с принципами комплексности и многомодельности.

Управляя кластерными образованиями на стадии их формирования также следует придерживаться принципа синергизма, согласно которого взаимодействие участников кластера для достижения общих целей осуществляется таким образом, что потенциал кластера выше суммы потенциалов его участников [5]. На наш взгляд, соблюдение данного принципа при формировании кластерных объединений организаций является основой успешного функционирования и развития кластера.

Управление на стадии функционирования кластерных объединений должно быть основано на общеизвестных принципах организации систем и процессов таких, как: специализация, пропорциональность, параллельность, прямолинейность, непрерывность, ритмичность, принцип технической оснащенности. Среди вышеперечисленных принципов особую значимость имеют принцип прямолинейности, обеспечивающий кратчайший путь движения

ресурсов и информации между субъектами кластера и принцип непрерывности, ориентированный на сокращение перерывов между операциями и процессами при взаимодействии участников кластерного образования. Принцип ритмичности реализуется на основе действия принципов пропорциональности и непрерывности [3].

Работа участников кластера базируется на их скоординированных действиях, поэтому управление деятельностью кластерных структур на стадии их функционирования основывается на принципе координации, участники кластера действуют не опосредованно друг от друга, а находясь в тесной взаимосвязи.

В процессе управления кластерным образованием следует придерживаться принципа ресурсной обеспеченности и сбалансированности, следую которому материальные, трудовые, финансовые, информационные ресурсы должны быть сбалансированы, рационально распределены и эффективно использованы субъектами кластера.

Управляя кластером на стадии его функционирования, следует помнить, что данная межорганизационная структура ориентирована на интенсивный экономический рост, посредством внедрения и распространения инноваций между субъектами кластера, причем необходимо создать условия для обеспечения максимального мультипликативного эффекта, при котором эффект в отдельной отрасли порождает благоприятные предпосылки для возникновения в сопряженных отраслях, в этом находят проявления принципы инновационности и мультипликативности [3].

Управленческие решения принимаются на основе информации, для того, чтобы решения были эффективными должны действовать принцип прозрачности и открытости и принцип единой информационной среды, которые подразумевают наличие достоверной и полной информации, а также создание к ней свободного доступа субъектами кластера (при соблюдении условий конфиденциальности, если требуется). Для рационального использования времени и принятия своевременных управленческих решение возможно создание единой электронной базы для обмена и хранения информации субъектами кластерных образований.

В силу того что, кластерные образования действуют не обособленно от обстоятельств внешней среды, необходимо владеть управленческими средствами, позволяющими быстро адаптироваться к динамично меняющимся

условиям внешней среды, так проявляется значимость принципа адаптируемости для выживания и эффективного функционирования кластера. Игнорирование данного принципа может привести к тому, что цели деятельности кластера не будут реализованы.

Среди принципов управления кластерными структурами особое место занимает принцип кооперации и конкуренции, так является и стимулятором и регулятором отношений между участниками кластера. Концепция соконкуренции была разработана в середине 1990-х годов, её авторами являются Бранденбургер и Нейлбафф. Раньше понятия конкуренция и сотрудничество рассматривались обособлено, в настоящее время успех фирмы часто определяется её способностью одновременно реализовывать как конкурентные стратегии так и стратегии, направленные на сотрудничество [10]. Соконкуренция предполагает временный отказ от соперничества и установление сотрудничества и партнерства с целью извлечения экономических преимуществ в сфере различных разработок.

Стратегическое управление кластерным объединением организаций является значимым инструментом, обеспечивающим его устойчивое развитие. По нашему мнению, стратегическое управление должно базироваться на ряде принципов.

Принцип целостной системы управления предполагает наличие единого органа управления, в состав которого входят представители от каждого субъекта кластерного образования. Реализация данного принципа управления предполагает учет интересов каждого участника кластерного образования, установление более тесных взаимосвязей и повышение уровня открытости в принятии управленческих решений.

Стратегическое управление кластерными структурами, согласно принципу ориентированности, исходит из того, что цели кластера являются главными, и на них должны быть ориентированы цели участников, при несоответствии целей субъектов кластерного образования стратегическим целям кластера их необходимо скорректировать в соответствии с имеющимися возможностями.

Кроме того, стратегическое управление кластерными образованиями и совершенствование деятельности участников кластера осуществляется на основе принципа бенчмаркинга, который предполагает непрерывную оценку продукции, услуг и методов

работы субъектов кластера, для улучшения деятельности каждого предприятия в отдельности и кластера в целом.

Для успешного развития кластерных структур необходимо осуществлять стратегическое планирование. В планах в соответствии с ресурсным потенциалом определяются направления развития, формулируются цели и устанавливаются задачи, поэтому значимую роль играет принцип плановости.

**Выводы.** Таким образом, в системе управления кластерами можно выделить самостоятельные уровни: стратегический и тактический. Каждый уровень должен быть представлен своими управленческими структурами. Стратегический уровень межорганизационного управления в кластере обеспечивает разработку и реализацию стратегии развития интегрированного формирования, организацию сотрудничества; формирование экономической политики; создание единого информационного пространства и др.

Перечисленные функции управления в кластерах должны реализовываться на основе системы принципов межорганизационного управления, которое охватывает стадии жизненного цикла организаций и основывается на видах управления.

На стадии формирования кластерных структур, особое внимание необходимо уделить таким принципам как принцип системности, принцип синергизма и принцип оптимальности размера и структуры кластера. На стадии функционирования наибольшую значимость имеют специфические для кластерных образований принципы, а именно принцип инновационности, мультипликативности, принцип кооперации и конкуренции. В современных условиях важную роль играет качественная и оперативная информация, в связи с этим управление должно базироваться на принципах прозрачности и открытости, а также должен соблюдаться принцип единой информационной среды. Среди принципов стратегического управления, ориентированных на развитие кластерных структур, приоритетными являются принцип целостной системы управления и принцип ориентированности, в них отражены особенности кластерных объединений организаций.

Грамотное использование принципов управления межорганизационными отношениями позволит кластерным образованиям эффективно

функционировать, что будет способствовать повышению конкурентоспособности и, как следствие, отраслевому экономическому росту.

#### Литература

1. Вайлунова Ю.Г. Развитие межорганизационных связей как инструмента повышения конкурентоспособности бизнес-субъектов // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2015. №3(43). URL: <http://eee-region.ru/article/4302/> (дата обращения: 01.02.2016)
2. Ермолаев Д.В. Принципы формирования и управления промышленными кластерами // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. 2015. №1-1. С. 31-35.
3. Ефимов Н.А. О принципах организации процесса формирования экономического кластера // Экономика и управление. 2013. №10(107). С. 53-57.
4. Каменских Э.А. Принципы управления кластерами туристско-рекреационных услуг // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2014. №4(64). URL: <http://uecs.ru/uecs64-642014/item/2877-2014-04-23-08-22-45> (дата обращения: 01.02.2016)
5. Караева Ф.Е. Формирование, идентификация и управление конкурентоспособностью регионального промышленного кластера: дис. ... док. экон. наук. СПб., 2014. 323 с.
6. Несмачных О.В. Принципы формирования, стратегического управления и оценки эффективности промышленного кластера // Современные проблемы науки и образования. 2014. №2. С. 409.
7. Рассказова А.Н. Кластер как современная форма управления промышленными предприятиями// Актуальные вопросы экономических наук. 2010. №15-2. С. 204-209.
8. Терешин Е.М. Система принципов создания, функционирования и управления в кластерных образованиях // Экономические науки. 2010. №6(67). С. 197-199.
9. Шерешева, М.Ю. Формы сетевого взаимодействия компаний: курс лекций. М.: НИУ Высшая школа экономики, 2010. 339 с.
10. Lado A.G. Competition, Cooperation and the Search for Economic Rents: A Syncretic Model. The Academy of Management Review. 1997. 22 (1). Pp. 110-141.
11. Porter M.E. Russian Competitiveness: Where Do We Stand? Institute for Strategy and Competitiveness. Harvard Business School. U.S. – Russian Investment symposium URL: [http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/CAON\\_Russia\\_2003\\_Harvard\\_Symposium\\_11-13-03\\_CK\\_db483f56-69d6-41ae-8670-2d165312ee66.pdf](http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/CAON_Russia_2003_Harvard_Symposium_11-13-03_CK_db483f56-69d6-41ae-8670-2d165312ee66.pdf) (дата обращения: 01.02.2016)
12. Uilson, A. Partnership for distribution channels// Marketing Week.1997. №5. Pp. 78-82.

13. Новое слово в российской экономике. Государство делает ставки на кластеры, «ПРАЙМ» агентство экономической информации, 2006 г. URL: <http://1prime.ru/Politics/20061004/759842688.html> (дата обращения: 01.02.16)

#### References

1. Vailunova J.G. The Development of Interorganizational Communications as a Tool for Increasing the Competitiveness of Business Subjects. Regional Economy and Management: Electronic Scientific Magazine. 2015. №3(43). URL: <http://eec-region.ru/article/4302/> (date of access: February 1, 2016)

2. Yermolayev D.V. Principles of Formation and Management of Industrial Clusters. News of the Tula State University. Economical and Juridical Science. 2015. №1-1. Pp. 31-35.

3. Yefimov H.A. About the Principles of Organizing the Process of the Economic Cluster Formation. Economy and Management. 2013. №10 (107). Pp. 53-57.

4. Kamenskikh E.A. Principles of Managing the Tourist and Recreational Services. Management of Economic Systems: Electronic Scientific Magazine. 2014. №4(64). URL: <http://uecs.ru/uecs64-642014/item/2877-2014-04-23-08-22-45> (date of access: February 1, 2016).

5. Karayeva F.E. Formation, Identification and Management of the Regional Industrial Cluster Competitiveness: Dis.... Doctor of Economics. St.-Petersburg, 2014. 323 p.

6. Nesmachnykh O.V. Principles of Formation, Strategic Management and Estimation of the Industrial

Cluster Efficiency. Modern Problems of Science and Education. 2014. №2. Pp. 409.

7. Rasskazova A.N. Cluster as a Modern Form of Management of the Industrial Enterprises. Vital Questions of Economic Sciences. 2010. №15-2. Pp. 204-209.

8. Tereshin E.M. System of Principles of Creation, Functioning and Management in Cluster Units. Economic Sciences. 2010. №6 (67). Pp. 197-199.

9. Sheresheva M.Y. Forms of the Companies' Network Interaction: a Course of Lectures. Moscow: NIU Vysshaya shkola ekonomiki, 2010. 339 p.

10. Lado A.G. Competition, Cooperation and the Search for Economic Rents: A Syncretic Model. The Academy of Management Review. 1997. 22 (1). Pp. 110-141.

11. Porter M.E. Russian Competitiveness: Where Do We Stand? Institute for Strategy and Competitiveness. Harvard Business School. U.S. Russian Investment symposium URL:

[http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/CAON\\_Russia\\_2003\\_Harvard\\_Symposium\\_11-13-03\\_CK\\_db483f56-69d6-41ae-8670-2d165312ee66.pdf](http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/CAON_Russia_2003_Harvard_Symposium_11-13-03_CK_db483f56-69d6-41ae-8670-2d165312ee66.pdf) (date of access: February 1, 2016).

12. Uilson, A. Partnership for distribution channels. Marketing Week. 1997. №5. Pp. 78-82.

13. A new word in the Russian economy. The state is betting on clusters, «PRIME» business news Agency, 2006 year URL: <http://1prime.ru/Politics/20061004/759842688.html> (date of access: February 1, 2016).

УДК 316.77

DOI: 10.18413/2408-9338-2016-2-1-27-40

Просянюк Д.В.

**РЕПРЕЗЕНТАЦИИ СОЦИАЛЬНО ЭКОНОМИЧЕСКИХ  
ХАРАКТЕРИСТИК РЕГИОНА В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ  
ИНФОРМАЦИИ**

кандидат социологических наук, участник исследовательской группы по гранту РФФИ №15-18-30077 «Гражданская экспертиза проблемы реформирования властно-управленческой вертикали в контексте процессов социокультурной модернизации регионов: от мониторинга состояний до прогнозного проектирования»<sup>1</sup>  
Электронный адрес: darnice@mail.ru

**Аннотация.** В статье представлены результаты анализа содержания материалов двух крупных, «полярных» по своей политической ориентации, изданий Белгородской области – «Белгородская Правда» и «Белгородский бизнес-класс». Период исследования охватывает первое полугодие 2015 года. Анализ сосредоточен на идентификации степени проблемоориентированности повестки, определении ключевых акцентов внимания изданий. В ходе исследования были выявлены показатели публикационной активности, тематические структуры, установлены доминирующие в каждом издании проблемы социально-экономического развития региона и акторы, позиционируемые в качестве ответственных за их решение. Результаты проведенной работы показывают различия в репрезентации (в т.ч. в степени значимости) проблем в повестке «полярных» средств массовой информации.

**Ключевые слова:** социология управления; средства массовой информации; повестка средств массовой информации.

Prosyanyuk D. V.

**REPRESENTATION OF SOCIO ECONOMIC CHARACTERISTICS OF  
THE REGION IN THE MEDIA**

PhD in Sociology, participant of a research group, Grant of RSF No. 15-18-30077 «Civil Examination of Problems of Reforming the Power-management Hierarchy in the Context of Processes of Socio-cultural Modernization of Regions: from Monitoring to Predictive Design». E-mail: darnice@mail.ru

**Abstract.** The article presents the results of analysis of the content of two polar periodical publications of Belgorod region – «The Belgorod Pravda» and «The Belgorod Business Class». The period of study covers the first half of 2015. The analysis is focused on identifying the degree of «problems» of agenda, identifying key focus of attention of publications. The study identified key indicators of publication activity, thematic structure, set dominant on the agenda of each publication of problems of socio-economic development of the region and the actors, positioned as responsible for their decision. The results of this work show the differences in representation of issues on the agenda of “polar” media.

**Keywords:** management sociology; mass media; agenda of mass media.

<sup>1</sup> Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ, грант №15-18-30077 «Гражданская экспертиза проблемы реформирования властно-управленческой вертикали в контексте процессов социокультурной модернизации регионов: от мониторинга состояний до прогнозного проектирования».

## Введение

Ключевой задачей проекта «Гражданская экспертиза проблемы реформирования властно-управленческой вертикали в контексте процессов социокультурной модернизации регионов: от мониторинга состояний до прогнозного проектирования» является диагностика степени функциональности властно-управленческой вертикали в конкретно-исторических условиях и прогноз управляемости процесса выхода из кризиса на основе экспликации структуры и содержания оценок деятельности руководящих органов со стороны различных групп населения.

Одним из источников первичных данных исследования являются материалы региональных средств массовой информации (далее – СМИ). Настоящее исследование носит многоцелевой характер. Анализ материалов СМИ призван ответить на следующие основные исследовательские вопросы:

- в интересах каких групп населения написаны и изданы публикации;

- какая прослеживается степень схожести и расхождения позиций авторов с политикой органов власти и управления (явных и латентных);

- возможно ли предметно продемонстрировать различия на примере ранжирования (в том числе по умолчанию) списка проблем населением, органами власти и «полярными» (лояльными и оппозиционными) СМИ.

Методология проведения исследования ориентирована на получение простых линейных моделей содержания материалов СМИ, без выявления сложных связей между элементами соответствующих содержаний.

В настоящей статье представлены результаты первого этапа количественного анализа материалов СМИ.

### Описание методики сбора и анализа первичной информации

Для проведения пилотных работ проекта в 2015 г. были отобраны 4 субъекта Российской Федерации (далее – субъект, регион) – республика Башкортостан, республика Калмыкия, Белгородская область и Московская область.

Методика анализа первичной информации СМИ основана на дедуктивном подходе, представляющим собой кодирование априорно заданных категорий, базирующихся на инструментарии сбора первичных данных массового и экспертного опросов.

Помимо формальной информации (№ выпуска, название публикации) кодировались основная тема

(единственный выбор), проблемы<sup>1</sup> (множественный выбор) и акторы<sup>2</sup> (множественный выбор) публикаций. Для описания общей направленности и степени проблемноориентированности издания наравне с пертинентными<sup>3</sup> публикациями кодировались и непертинентные публикации, для которых фиксировались только дата выпуска публикации и ее тема.

Результаты кодирования публикаций представляли собой матрицу, содержащую полуструктурированную информацию. Структурированный блок был основан на априорных категориях, неструктурированный – на вновь добавленных по результатам пилотажа категориях, не учтенных в исходном перечне.

На основании результатов кодирования рассчитаны следующие статистики: общее количество публикаций; общее количество пертинентных публикаций; общее количество непертинентных публикаций; коэффициент «проблемоориентированности» публикаций издания – отношение пертинентных и непертинентных публикаций; частота (в абсолютном и относительном выражении) упоминания каждой темы в публикациях; частота (в абсолютном и относительном выражении) упоминания каждой темы в пертинентных публикациях; частота (в абсолютном и относительном выражении) упоминания каждой проблемы в пертинентных публикациях; частота (в абсолютном и относительном выражении) упоминания акторов в пертинентных публикациях.

### Организация сбора первичной информации

В каждом регионе определены издания<sup>4</sup>, представляющие «полярные» (лояльные и оппозиционные) политические направления (таблица 1).

<sup>1</sup> Для составления категорий для определения перечня проблем, фигурирующих в повестке изданий, были использованы вопросы 1 и 2 анкеты массового опроса.

<sup>2</sup> Для определения того, в интересах каких групп населения написаны и изданы публикации, были использованы вопросы 3 и 4 анкеты эксперта.

<sup>3</sup> Пертинентность информации – степень соответствия результатов поиска информационной потребности пользователя/исследователя. В данном проекте пертинентной считалась аналитическая (проблемная) публикация, обсуждающая актуальные вызовы и риски развития региона.

<sup>4</sup> Для формирования корпуса материалов СМИ были использованы информационно-аналитические службы Factiva, Public.ru, архивы публикаций изданий на Интернет-сайтах.

Таблица 1  
**Перечень и количество публикаций изданий  
пилотных регионов**

Table 1  
**Titles and numbers of periodicals in pilot regions**

Регион	Лояльное СМИ, количество публикаций	Оппозиционное СМИ, количество публикаций
р. Башкортостан	Республика Башкортостан, 671	Bonus, 474
р. Калмыкия	Элистинская панорама, 1775	Известия Калмыкии, 1806
Белгородская обл.	Белгородская правда, 380	Белгородский бизнес-класс, 100
Московская обл.	Серпуховские вести, 796	Моя информационная газета, 176

Для формирования корпуса анализа была осуществлена сплошная выборка публикаций изданий за период 01.01.2015-30.06.2015.

Указанные издания публикуют, в основном, аналитические статьи, подготовленные специалистами в определенной области. В аналитических текстах содержится информация эмпирико-теоретического характера: *здесь главным образом выполняется задача систематизации фактов, их объяснения и обобщения, в них содержатся реконструкции позиций и типов аргументации.* В журналистике для подобного типа материалов также используется термин «мягкая новость» – описание (не обязательно оперативное) сути произошедшего с деталями, например, репрезентация социальных процессов через биографические истории и пр. [1]. Анализ аналитических статей позволяет определить способы репрезентации деятельности властей по решению проблем, многие сопутствующие атрибуты: модальность, акторов, трансляторов дискурса и пр.

Особняком в сформированном перечне региональных СМИ стоит белгородское независимое издание «Белгородский бизнес-класс», принадлежащее, скорее, к глянцево-развлекательному жанру. Вместе с тем, по результатам зондажа информационного поля региона, а также данных, полученных от включенных информантов, издание является фактически единственным, принадлежащим к категории «независимых».

Категориями, используемыми в исследовании, были следующие:

Категория анализа – проблема локального сообщества.

Единицей анализа выступала аналитическая статья, которая рассматривалась как неделимая

единица анализа без выделения отдельных элементов.

Единица счета – упоминание проблемы, количество их измерялось натуральным рядом чисел в абсолютном выражении и процентами в относительном выражении.

Единица контекста – отдельное предложение, в рамках которого могло появиться или одно, или несколько интересующих исследователя проблем.

Для задач анализа показательна как частота употребления единицы анализа во всем корпусе текстов, так и частота, и контексты ее употребления отдельными позиционерами.

В ходе проведения исследования интегрировались несколько методов анализа текстовых данных. Основными методами выступили контент-анализ и качественный тематический анализ. Методологические основы методов широко представлены в литературе [2, 3, 4, 5].

### **Ключевые проблемы, транслируемые региональными СМИ**

#### **Описание выбора источника, описание источника**

«Белгородская правда» (далее БП, издание) – городская газета, издающаяся в г. Белгород. Газета «Белгородская правда» – одна из старейших газет в России, выходит с 24 июня 1917 года. БП позиционируется как общественно-политическое издание, на страницах которого освещаются все сферы жизни: развитие горно-металлургического и агропромышленного комплексов, строительство индивидуальных жилых домов и другие. Также в повестке описываются события города и области, общероссийские и мировые новости. Одним из учредителей издания является администрация Белгородской области. По состоянию на ноябрь 2015 г. БП выходит четыре раза в неделю тиражом более 10000 экземпляров.

#### **Описание выборки, общий объем**

Отбор публикаций осуществлялся с помощью информационно-аналитической службы Factiva<sup>1</sup>. На первом этапе была осуществлена сплошная выборка публикаций издания за период 01.01.2015-30.06.2015. Общий объем публикаций за указанный период составил 380 ед.

Динамика публикационной активности БП в I-II кварталах 2015 г. приведена на рисунке 1.

<sup>1</sup>Factiva – информационно-аналитическая служба, подразделение агентства финансовой информации DowJones&Company. Компания была создана в 1999 г. двумя крупнейшими международными агентствами – DowJones и Reuters. Factiva специализируется на сборе и предоставлении доступа к деловой и аналитической информации.

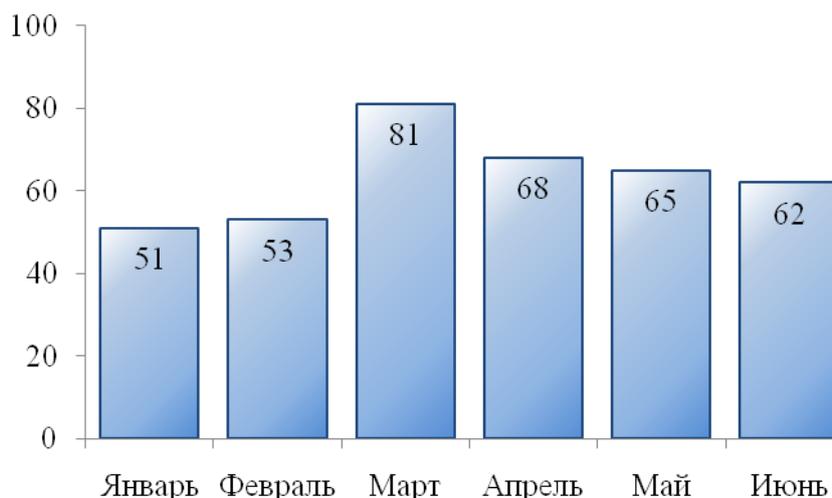


Рис.1. Динамика публикационной активности издания в январе-июне 2015 г, ед.  
Fig. 1. Dynamics of publication activity in January-June 2015, ed.

Наименьшее количество статей опубликовано в первые два месяца года (51 и 53 статьи соответственно), что объясняется наличием большого количества праздничных дней в эти месяцы. Пик публикационной активности наблюдается в марте. В остальные месяцы публикационная активность была представлена достаточно равномерно.

#### Структура корпуса

Издание позиционируется как общественно-политическая газета, освещающая широкий спектр тем, касающихся политической, экономической, социальной, культурной, и других аспектов жизни Белгородской области.

Структура корпуса публикаций БП за I-II квартал 2015 г. демонстрирует абсолютное доминирование статей событийного,

познавательно тематического характера. В среднем ежемесячно подобные публикации составляли около 90% от общего объема опубликованных изданием материалов. Доля аналитических (проблемных) статей в среднем не превышает 10% от общего объема материалов, публикуемых ежемесячно (рисунок 2).

В абсолютном выражении количество аналитических статей, публикуемых изданием ежемесячно, находится в диапазоне 5 ед. (январь, февраль, апрель) – 9 ед. (март). Всего за I-II квартал 2015 г. было опубликовано 38 аналитических статей, посвященных обсуждению экономических и социальных проблем региона.

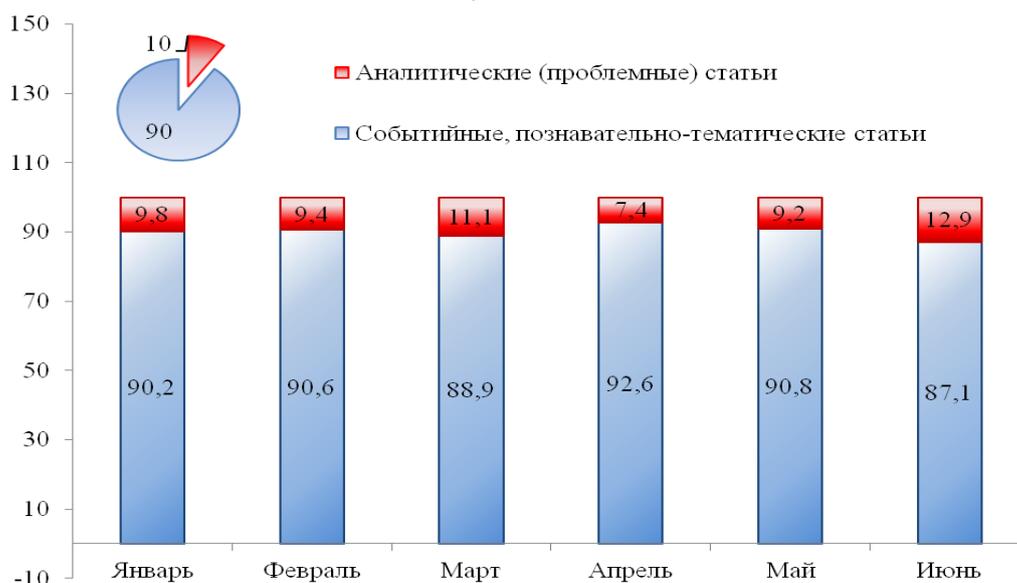


Рис. 2. Структура корпуса публикаций издания в январе-июне 2015 г, %, N=380  
Fig. 2. Structure of the body of publications in January-June 2015, %, N=380

### Тематическая структура корпуса

Тематическая структура корпуса публикаций БП в I-II квартале 2015 г. характеризуется заметной общественно-экономической направленностью с очевидным акцентом на историко-культурную составляющую. Спектр основных тем публикаций в первые шесть месяцев года представлен в таблице 2. Почти 2/3 всех публикаций приходится на три центральные темы – культура и досуг (24%), история (18%) и сельское хозяйство (17%).

Таблица 2

**Тематическая структура корпуса публикаций издания в январе-июне 2015 г, %, N=380**

Table 2

**Thematic structure of the body of publications in January-June 2015, %, N = 380**

Тема	Доля
Культура, досуг	24
История	18
Сельское хозяйство	17
Образование	6
Политика	4
История жизни	3
Социальная сфера	3
Главные события	3
Отдельные социальные, бытовые проблемы	2
Медицина, здоровье	2
Бизнес, экономика	2
Спорт	2
Инфраструктура	2
Религия	1
Транспорт	1
Торговля	1
ЖКХ	1
Трудоустройство	1
Криминал	1
Производство	1
СМИ	1
Другие темы (менее 1% каждая)	3

Тема «культура и досуг» представлена, в основном, репортажами о культурном наследии региона, досуговых практиках жителей, анонсами и материалами о культурно-досуговых мероприятиях, проводимых в г. Белгороде и области. Подавляющее большинство публикаций из категории «история» посвящены воспоминаниям, репортажам и интервью о Великой Отечественной Войне. Обе темы представлены исключительно событийными, познавательными-тематическими публикациями.

Материалы, посвященные состоянию и проблемам сельского хозяйства – одной из ведущих отраслей экономики региона – появлялись примерно в каждой пятой публикации, причем подъем публикационной активности заметно смещен на весенне-летний период, что объяснимо спецификой темы. Однако «проблемных» публикаций меньшинство – всего 6 ед. за полгода.

Другие темы поднимаются в повестке издания значительно реже – разница в частоте появления третьей по значимости темы «сельское хозяйство» превышает аналогичный показатель четвертой темы «образование» почти в три раза (17% против 6%).

Иные объекты внимания, иногда появляющиеся в повестке издания, принадлежат к политическим аспектам жизни региона и страны, истории жизни представителей различных социальных групп (в т.ч. ветеранов), социальной сфере, главным событиям, произошедшим в Белгородской области.

Объем присутствия в повестке БП некоторых других тем (инфраструктура, экология, международное сотрудничество, торговля, транспорт, общественные организации, религия и пр.) не превышает 2% общего объема публикаций.

В целом издание фокусируется на региональных, местных событиях, которым посвящена большая часть статей. Проблемы федерального масштаба поднимаются в некоторых экономических и политических публикациях, доля которых в общем объеме публикаций статистически не значима.

### Тематическая структура корпуса аналитических (проблемных) статей

Тематическая структура аналитических статей значимо отличается от общей тематической структуры корпуса (таблица 3). Основной причиной различий является специфика повестки издания – полное доминирование событийных материалов детерминирует и общую структуру тем всей повестки. Если выразиться более обобщенно, то можно заключить, что тематическая структура всех публикаций совпадает с тематической структурой непертинентных статей.

*Таблица 3*  
**Тематическая структура корпуса аналитических (проблемных) публикаций издания в январе-июне 2015 г, %, N=38**

*Table 3*  
**Thematic structure of the body of problem publications in January-June 2015, %, N = 38**

Тема статьи	Доля
Сельское хозяйство	15,8
Бизнес, экономика	15,8
ЖКХ	13,2
Транспорт	10,5
Отдельные социальные, бытовые проблемы	10,5
Социальная сфера	7,9
Налоговая служба	5,3
Медицина, здоровье	5,3
Общественные организации	2,6
Страхование	2,6
Миграция	2,6
Образование	2,6
Криминал	2,6
Политика	2,6

Среди обсуждаемых «проблемных» тем на первое место выходит сельское хозяйство, что вполне объяснимо – отрасль является одним из ведущих секторов, обеспечивающих основной объем ВРП области. По объёму производства сельскохозяйственной продукции сельскохозяйственными предприятиями (без учёта личных подсобных хозяйств) Белгородская область занимает одно из лидирующих мест по всей стране.

Равнозначимой в первом полугодии 2015 г. для издания стала проблема развития экономики и бизнеса региона – почти 16% проблемных статей обсуждали ее.

Далее в перечне тематических приоритетов издания следуют актуальные для массового российского читателя типичные проблемы повседневной жизни – жилищно-коммунальное хозяйство, транспорт, отдельные социальные, бытовые проблемы, социальная сфера.

Другие проблемы (в т.ч. медицина, образование) практически не обсуждаются изданием – абсолютная частота их попадания в повестку издания составляет 1-2 раза за полугодие, что со статистической точки зрения может считаться «выбросом».

Таким образом, в период январь-июнь 2015 года издание практически не обсуждает социально-экономические сложности развития региона. Среди «проблемных» статей, занимающих всего десятую часть общего массива публикаций, чаще других обсуждаются проблемы

развития экономики региона в целом и основной его отрасли – сельского хозяйства. Другими значимыми с социальной точки зрения проблемами, время от времени появляющимися в повестке, являются проблемы развития жилищно-коммунального хозяйства региона, транспортного обеспечения и другие частные социальные и бытовые проблемы. Аутсайдерами является здравоохранение и образование – о них, как правило, БП предпочитает умалчивать.

#### **Ключевые проблемы аналитических публикаций**

Более детальное представление тематической структуры корпуса пертинентных статей, а именно выделение ключевых проблем, упоминаемых в повестке издания, имеет свои особенности.

Сопоставление тематической и проблемной структур корпуса свидетельствует, что темпидеры значительно «диверсифицированы», то есть представлены большим количеством проблем, что обуславливает несовпадение двух структур.

Согласно структуре значимости проблем, поднимаемых в повестке БП, наиболее часто в материалах издания в январе-июне 2015 г. обсуждались проблемы несвоевременной уплаты налогов, совершенствования налоговой системы. В частности, упоминалась статистика неплатежей, причины роста числа злостных неплательщиков и меры воздействия на них, а также векторы и риски изменения законодательства в данной сфере и возможные направления совершенствования налоговой сферы.

Следующими проблемами, поднимаемыми примерно в каждой десятой статье, является спад экономики и бытовое обслуживание населения. В контексте первой, в основном, обсуждаются проблемы формирования и освоения регионального бюджета. В рамках второй поднимаются проблемы реформирования сферы ЖКХ в регионе, вопросы реализации на Белгородчине программных мероприятий по капитальному ремонту жилищного фонда и переселению из аварийного жилья, описывается деятельность Центра защиты прав граждан в Белгороде, специализирующегося, в том числе, на помощи гражданам в решении бытовых проблем.

Примечательно, что в большинстве случаев указанные проблемы поднимаются в контексте отчетов о прошедших событиях – совещаний и заседаний с участием депутатов, представителей органов исполнительной власти, институтов развития, общественных организаций и экспертов. То есть проблемы существуют и заслуживают упоминания не сами по себе, а

исключительно благодаря обсуждению на официальных мероприятиях. Учитывая наличие определенных особенностей формирования повестки подобных мероприятий можно предположить, что повестка издания является не

отражением реальных проблем региона, а своеобразным транслятором взгляда на них заинтересованных лиц, в частности, учредителя – администрации Белгородской области.



Рис.3. Ключевые проблемы, обсуждаемые в корпусе аналитических (проблемных) публикаций издания в январе-июне 2015 г, %, N=38

Fig. 3. Key issues discussed in analytic publications in January-June 2015, %, N=38

В рамках обсуждения проблем развития сельского хозяйства региона акцент был сделан на специфические отраслевые риски, способные повлиять на показатели эффективности (погодные условия, засуха и пр.), слабая поддержка российских фермеров со стороны государства, направления содействия развитию отрасли в условиях экономического спада.

Следующими по значимости стали проблемы положения мигрантов в регионе, реформирование ЖКХ, а также случаи нарушения правил дорожного движения (рисунок 3).

### Ключевые акторы аналитических публикаций

Ключевые позиции интересантов публикаций издания в корпусе за I-II квартал 2015 г. занимает население, а также представители руководства региона и местных уровней. Примерно пятая часть статей концентрируется на интересах отдельных социальных групп населения – бизнесменов, студентов и пр. Заметно реже ответственными за проблемы региона называются региональные органы исполнительной власти.



Рис. 4. Ключевые акторы, упоминаемые в корпусе аналитических (проблемных) публикаций издания в январе-июне 2015 г, %, N=38

Fig.4. Key actors discussed in analytic publications in January-June 2015,%, N=38

#### Описание выбора источника, описание источника

«Белгородский бизнес-класс» (далее ББК, издание) – глянцевое издание, издающееся в г. Белгород с 2009 г. ББК позиционируется как независимый журнал «для увлечённых предпринимателей». Героями и авторами материалов становятся владельцы успешных компаний, стартаперы, творческие люди. Обсуждаемые темы – истории успеха, идеи для создания и развития бизнеса, бизнес-аналитика, маркетинг и пр. По состоянию на ноябрь 2015 г. ББК выходит 1 раз в месяц тиражом 3000 экземпляров.

#### Описание выборки, общий объем

На первом этапе была осуществлена сплошная выборка публикаций издания за период 01.01.2015-30.06.2015<sup>1</sup>. Общий объем публикаций за указанный период составил 100 ед. Отдельно отметим, что в первом полугодии издание выходило не регулярно, в январе-феврале и июне-июле вышло по одному выпуску.

Динамика публикационной активности БП в I-II кварталах 2015 г. приведена на рисунке 5.

<sup>1</sup> Архив номеров издания  
<http://www.bizclass.org/news/category/arhiv-zhurnalov/>

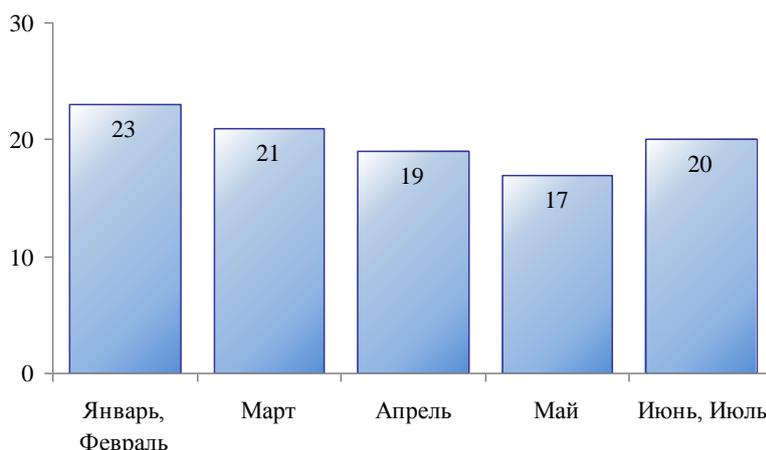


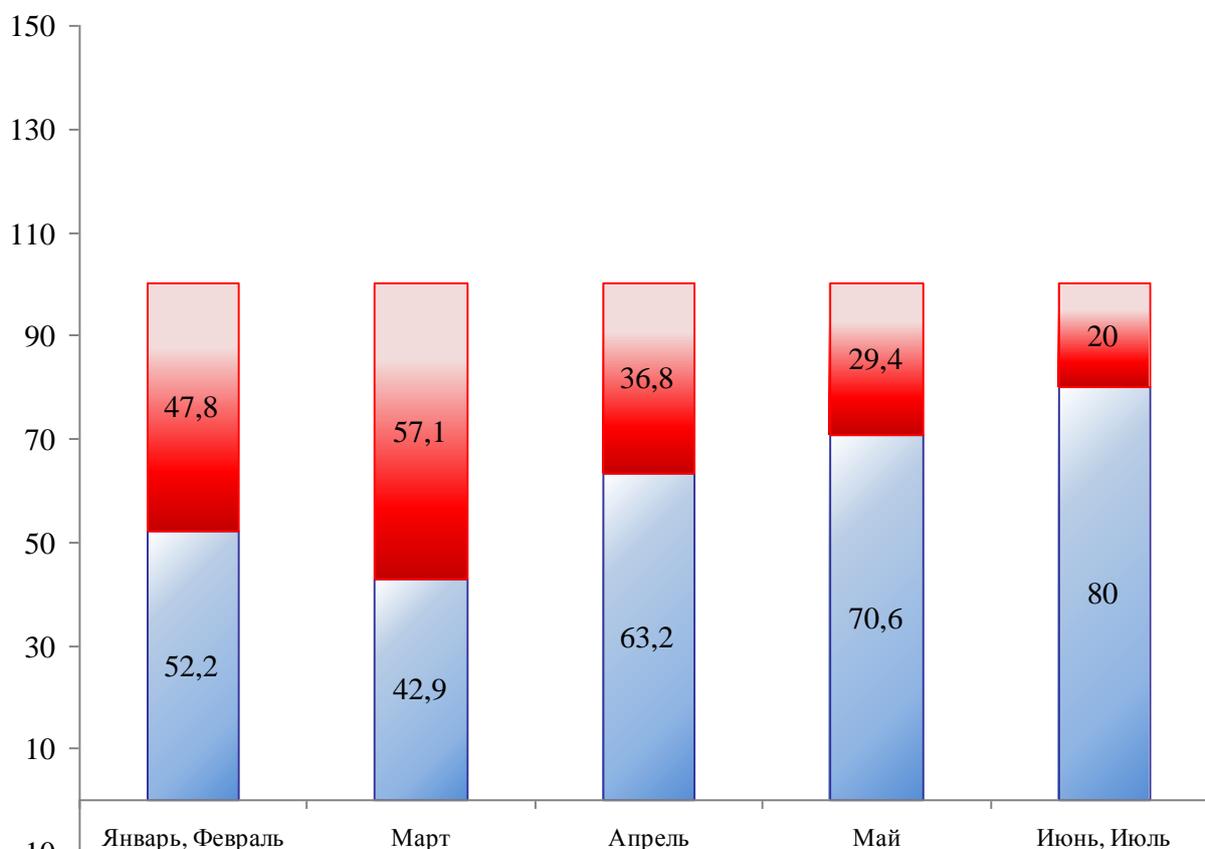
Рис.5. Динамика публикационной активности издания в январе-июне 2015 г, ед.  
Fig. 5. Dynamics of publication activity in January-June 2015, ed.

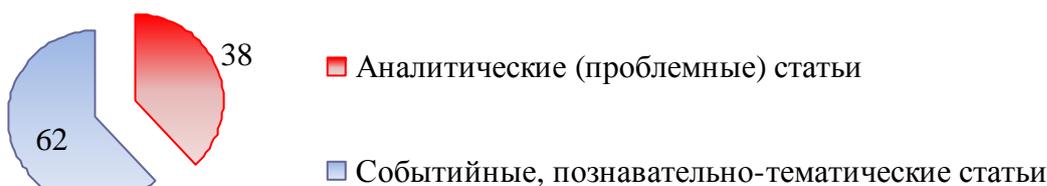
Наименьшее количество статей было опубликовано в мае, в остальные месяцы публикационная активность распределяется достаточно равномерно.

Структура корпуса публикаций ББК за I-II квартал 2015 г. демонстрирует неявное доминирование статей событийного, познавательно тематического характера. В среднем ежемесячно подобные публикации составляли около 60% от

общего объема опубликованных изданием материалов (рисунок 6).

В абсолютном выражении количество аналитических статей, публикуемых изданием ежемесячно, находится в диапазоне 4 ед. (июнь-июль) – 12 ед. (март). Всего за I-II квартал 2015 г. было опубликовано 39 аналитических статей, посвященных обсуждению экономических и социальных проблем региона.





### Структура корпуса

Рис. 6. Структура корпуса публикаций издания в январе-июне 2015 г, %, N=100  
Fig. 6. Structure of the body of publications in January-June 2015, %, N=100

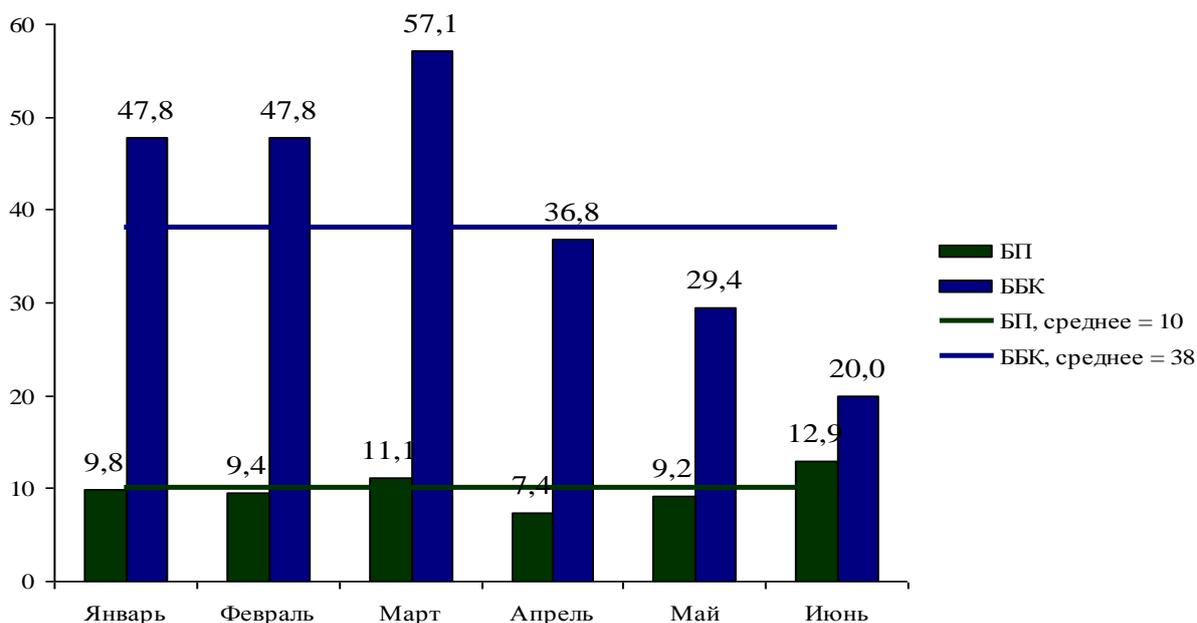


Рис. 7. Соотношение долей аналитических (проблемных) статей лояльного и оппозиционных изданий, %  
Fig. 7. Shares of problem publications in loyal and opposition magazines, %

Между тем, в сравнении с лояльным изданием «Белгородская Правда» (где проблемной была примерно каждая десятая статья корпуса), ББК демонстрирует гораздо более выраженную социально-экономическую «проблемоориентированность». В среднем, независимое издание обращается к тем или иным сложностям социально-экономического развития региона почти в четыре раза чаще (рисунок 7).

#### Тематическая структура корпуса

Тематическая структура корпуса публикаций ББК в I-II квартале 2015 г. характеризуется очевидной экономической направленностью (половина объема информационного внимания повестки). Спектр основных тем публикаций в

первые шесть месяцев года представлен в таблице 4. Второй по популярности (со значительным отрывом, около пятой части всех материалов) является тема культура и досуг, материалы которой носят в большинстве рекламно-информационный характер. Данный факт также вполне объясним, если учесть независимый характер издания.

Далее по частоте упоминания следуют темы «сельское хозяйство», «законодательство», «медицина, здоровье». Однако частота появления каждой из них в повестке не превышает 5%. В совокупности же они составляют треть публикаций.

Таблица 4

**Тематическая структура корпуса публикаций издания в январе-июне 2015 г, %, N=100**

Table 4

**Thematic structure of the body of publications in January-June 2015,%, N = 100**

Тема	Доля
Бизнес, экономика	51
Культура, досуг	21
Сельское хозяйство	4
Законодательство	3
Медицина, здоровье	3
Спорт	3
Торговля	3
Социальная сфера	2
Строительство жилья	2
Отдельные социальные, бытовые проблемы	2
История	2
Транспорт	1
Инфраструктура	1
Политика	1
Философия	1
Сотовая связь	1

В целом тематическая структура материалов независимого издания значительно шире, чем у лояльного издания, что свидетельствует о более детальном отражении жизни региона. Дробная тематическая структура обуславливает и меньшую наполняемость каждой темы – подавляющее большинство тем составляют менее 5% корпуса.

#### **Тематическая структура корпуса аналитических (проблемных) статей**

Тематическая структура аналитических статей в общем совпадает с общей тематической структурой корпуса (таблица 5). Данный результат прямо противоположен тому, что наблюдается в тематической структуре БП – тематическая структура всех публикаций совпадает с тематической структурой пертинентных, «проблемных» статей. Помимо прочего, данный факт свидетельствует о том, что темы, поднимаемые изданиями полярных направлений, доносятся до аудитории различными средствами – если «лояльное» издание, как правило, иллюстрирует ту или другую тему нейтральными, положительно окрашенными сюжетами, то независимое – проблематизирует их.

Таблица 5

**Тематическая структура корпуса аналитических (проблемных) публикаций издания в январе-июне 2015 г, %, N=39**

Table 5

**Thematic structure of the body of problem publications in January-June 2015,%, N=39**

Тема статьи	Доля
Бизнес, экономика	69,2
Сельское хозяйство	7,7
Строительство жилья	5,1
Законодательство	5,1
Медицина, здоровье	5,1
Социальная сфера	2,6
Отдельные социальные, бытовые проблемы	2,6
Транспорт	2,6

Среди обсуждаемых «проблемных» тем первое место занимает, разумеется, центральная тема издания – экономика и бизнес (около 70% всех «проблемных» публикаций). Далее, со значительным отрывом следует тема сельского хозяйства, что объясняется аграрной специализацией региона.

Затем в перечне тематических приоритетов издания следуют вопросы строительства и покупки жилья, изменения законодательства, освещаются проблемы здравоохранения.

Такие темы как развитие социальной сферы, транспорта, а также отдельные бытовые вопросы фигурируют в повестке исключительно редко.

Сравнение тематических структур двух изданий, помимо количественных расхождений, демонстрирует еще один яркий результат – отсутствие в повестке ББК темы «ЖКХ», занимающей одно из ведущих мест у БП.

#### **Ключевые проблемы аналитических публикаций**

Более детальное представление тематической структуры корпуса пертинентных статей, а именно выделение ключевых проблем, упоминаемых в повестке ББК, также демонстрирует свои особенности.

Сопоставление тематической и проблемной структур корпуса свидетельствует, что тем-лидеры значительно «диверсифицированы», то есть представлены большим количеством проблем, что обуславливает несовпадение двух структур.

**Ключевые проблемы, обсуждаемые в корпусе аналитических (проблемных) публикаций издания в январе-июне 2015 г, %, N=39**

Таблица 6

**Key issues discussed in analytic publications in January-June 2015,% , N=39**

Table 6

Проблема	Доля
Спад экономики в кризисный период	35,9
Поддержка сельского хозяйства	7,7
Уплата налогов	5,1
Обеспечение рабочими местами	5,1
Роль фрилансеров в экономике региона	2,6
Стратегии адаптации экономики	2,6
Сокращение финансирования системы здравоохранения	2,6
С нового года зарегистрировать права на недвижимое имущество стало дороже	2,6
Новый порядок изъятия земельных участков для государственных и муниципальных нужд	2,6
Реформа пассажироперевозок	2,6
Регионы повсеместно завышают кадастровую оценку земель	2,6
Развитие местного туризма	2,6
Работа таможенной службы	2,6
Работа больниц и поликлиник	2,6
Проблема утилизации бытовых отходов	2,6
Правила пребывания мигрантов	2,6
Построение собственного бизнеса	2,6
Переформатирование рынка с крупноформатной рекламы на сити-формат	2,6
Список предприятий, вносящий наиболее существенный вклад в ВВП	2,6
Новые тарифы ОСАГО	2,6
Недостаток специалистов	2,6
Мошенничество	2,6
Лизинг	2,6
Влияние кризиса на туристическую отрасль региона	2,6
Ипотека	2,6
Изменение законодательства	2,6
Государственная помощь малому инновационному предприятию	2,6
Госдолг	2,6
Безопасность сделок с недвижимостью	2,6
Увеличение размера арендной ставки	2,6

Структура значимости проблем, поднимаемых в повестке ББК, детерминирована общим экономическим контекстом начала 2015 г. – девальвация национальной валюты, снижение реальных доходов населения, рост ставок по кредитам и пр. Под воздействием спектра негативных для развития бизнеса в регионе факторов на первое место в обсуждениях выходят проблемы спада экономики (в т.ч. региональной), обеспечение населения региона рабочими местами, проблемы организации альтернативных

видов занятости (в т.ч. фрилансеры), стратегии адаптации экономики и бизнеса к новым условиям, вопросы развития туристической отрасли региона, механизмы государственной помощи малым предприятиям.

Проблема развития отрасли сельского хозяйства обсуждалась в основном с точки зрения возможных механизмов государственной поддержки. Другие проблемы, репрезентирующие ключевые темы, представлены в таблице 6.

**Ключевые авторы аналитических публикаций.**



Рис. 8. Ключевые акторы, упоминаемые в корпусе аналитических (проблемных) публикаций издания в январе-июне 2015 г., %, N=39

Fig. 8. Key actors discussed in analytic publications in January-June 2015, %, N=39

Ключевые позиции интересантов публикаций издания в корпусе за I-II квартал 2015 г. также обусловлены специализацией издания – первые два места по частоте упоминания принадлежат бизнес-структурам. Примерно треть статей концентрируется на интересах отдельных социальных групп населения – бизнесменов, фрилансеров, соискателей рабочих мест и пр. Далее следуют представители исполнительной власти – федеральной (25,6%) и региональной (20,5%).

Примечательно редкое упоминание в материалах издания руководителя региона (каждая десятая публикация), а также местных администраций (7,7% публикаций).

**Ключевые выводы:**

Сравнение уровня «проблемоориентированности» и ключевых акцентов внимания повестки лояльного издания «Белгородская Правда» и независимого издания «Белгородский бизнес-класс» выявило следующие различия:

В сравнении с лояльным изданием «Белгородская Правда» независимое издание «Белгородский бизнес-класс» демонстрирует гораздо более выраженную «проблемоориентированность». В первом полугодии 2015 г. ББК обращалось к тем или иным проблемам социально-экономического развития региона в среднем в четыре раза чаще. Повестка лояльного издания содержит большую долю «нейтральных» с точки зрения массового сознания тем (культура, досуг, история) – 90% всех публикаций против 62% в повестке независимого издания.

Тематическая структура корпуса публикаций БП в I-II квартале 2015 г. характеризуется заметной общественно-экономической направленностью с очевидным акцентом на историко-культурную составляющую. Почти две третьих всех публикаций приходится на три центральные темы – культура и досуг (24%), история (18%) и сельское хозяйство (17%). Тематическая структура корпуса публикаций ББК в I-II квартале 2015 г. характеризуется очевидной

экономической направленностью (половина объема информационного внимания повестки). В целом тематическая структура материалов независимого издания значительно шире, чем у лояльного издания, что свидетельствует о более детальном отражении жизни региона. Дробная тематическая структура обуславливает и меньшую наполненность каждой темы. Примечательны и способы подачи информации – если БП предпочитает транслировать взгляд интересантов (в т.ч. представителей власти через репортажи с официальных мероприятий), то ББК представляет информацию «из первых рук» – постоянными авторами и героями материалов являются предприниматели региона.

Повествуя о конкретных проблемах развития региона лояльное издание, в первую очередь, акцентирует внимание на вопросах несвоевременной уплаты налогов, совершенствования налоговой системы, спаде экономики и бытовом обслуживании населения. Независимое издание чаще других поднимает проблемы и стратегии адаптации бизнеса и экономики в кризисный период, проблемы обеспечения рабочими местами населения региона, поддержки сельского хозяйства и уплаты налогов. Сравнение тематических структур двух изданий, помимо количественных рассогласований, демонстрирует еще один яркий результат – отсутствие в повестке ББК темы «ЖКХ», занимающей одно из ведущих мест у БП.

Ключевой акцент позиционирования интересантов проблем в лояльном издании сосредоточен на населении, а также

представителях руководства региона и местных уровней. Независимое издание демонстрирует явную сосредоточенность на проблемах бизнеса, а также отдельных социальных групп.

#### **Литература**

1. Михайлов С.А. Журналистика Соединённых Штатов Америки. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004.
2. Attride-Stirling J. Thematic networks: an analytic tool for qualitative research // *Qualitative Research*. 2001. Vol. 1. Pp. 385-405.
3. Bernard H., Ryan G. Text analysis: Qualitative and quantitative methods. In H. R. Bernard (Ed.), *Handbook of methods in cultural anthropology* WalnutCreek, CA: AltaMiraPress, 1998. Pp. 595-645.
4. Braun V., Clarke V. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 2006. Vol. 3. No 2. Pp. 77-101.
5. Krippendorff K. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. 2<sup>nd</sup> edition, Thousand Oaks, CA: Sage 2004.

#### **References:**

1. Mikhailov S.A. *Journalism in the United States of America*. Spb.: Izd-vo Mikhailova V.A., 2004.
2. Attride-Stirling J. Thematic networks: an analytic tool for qualitative research. *Qualitative Research*. 2001. Vol. 1. Pp. 385-405.
3. Bernard H., Ryan G. Text analysis: Qualitative and quantitative methods. In H. R. Bernard (Ed.), *Handbook of methods in cultural anthropology* WalnutCreek, CA: AltaMiraPress, 1998. Pp. 595-645.
4. Braun V., Clarke V. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 2006. Vol. 3. No 2. Pp. 77-101.
5. Krippendorff K. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. 2<sup>nd</sup> edition, Thousand Oaks, CA: Sage 2004.

УДК 316.4

DOI: 10.18413/2408-9338-2016-2-1-41-56

**Тихонов А.В.  
Богданов В.С.  
Мерзляков А.А.  
Гусейнова К.Э.**

**ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ  
ДИСТАНЦИОННОГО МОНИТОРИНГА РЕАЛИЗАЦИИ КЛАСТЕРНОЙ  
ПОЛИТИКИ В РЕГИОНАЛЬНОМ И ОТРАСЛЕВОМ АСПЕКТАХ  
(ПО МАТЕРИАЛАМ ДИСТАНЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)**

- 1) главный научный сотрудник, руководитель, доктор социологических наук, профессор. Центр социологии управления и социальных технологий Института социологии РАН. ул. Кржижановского, д. 24/35, к. 5, г. Москва, 117218, Россия. Электронный адрес: [alvast39@mail.ru](mailto:alvast39@mail.ru)
- 2) старший научный сотрудник, кандидат социологических наук. Институт социологии РАН ул. Кржижановского, д. 24/35, к. 5, г. Москва, 117218, Россия. Электронный адрес: [valarf@mail.ru](mailto:valarf@mail.ru)
- 3) старший научный сотрудник, кандидат социологических наук, Институт социологии, ул. Кржижановского д. 24/35, к. 5, г. Москва, 117218, Россия. Электронный адрес: [merzliakov@mail.ru](mailto:merzliakov@mail.ru)
- 4) магистрант. Государственный академический университет гуманитарных наук Мароновский пер., 26, г. Москва, 119049, Россия. Электронный адрес: [likseidar@mail.ru](mailto:likseidar@mail.ru)

**Аннотация.** В статье представлены данные о реализации кластерной политики в Российской Федерации, полученные авторским методом дистанционного исследования под названием «электронный респондент». На основе этих данных анализируется работа в регионах и отраслях России по созданию технологических кластеров с позиций концепций инновационной индустриализации и социально-организационного зонирования, разработанных ИНИ РАН и Центром социологии управления и социальных технологий ИС РАН. Публикация рассчитана на участников кластерного движения в стране, а также на сотрудников, специализирующихся в области прикладных исследований в сфере управления народным хозяйством.

**Ключевые слова:** кластерная политика; инновационно-технологический кластер; концепция инновационной индустриализации; социально-экономическое и технологическое пространство; социально-организационное зонирование; типология кластеров; прогноз; интерактивный комплексный продукт; методика «электронного респондента»; интерактивный экспертный опрос; мониторинг; реализация.

**Tikhonov A.V.  
Bogdanov V.S.  
Merzlykov A. A.  
Guseynova K.E.**

**ORGANIZATIONAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF REMOTE  
MONITORING OF IMPLEMENTATION OF CLUSTER POLICY  
IN REGIONAL AND SECTORAL ASPECTS (ON MATERIALS  
OF THE REMOTE SENSING STUDIES)**

- 1) Chief scientific officer, Head, Doctor of Sociology, Professor. The Center for Sociology of Management and Social Technology, the Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences. 24/35, build. 5 Krzhizhanovskogo St., Moscow, 117218, Russia. E-mail: [alvast39@mail.ru](mailto:alvast39@mail.ru)
- 2) Senior Researcher, Candidate of Sociological Sciences. Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences 24/35, build. 5 Krzhizhanovskogo St., Moscow, 117218, Russia. E-mail: [valarf@mail.ru](mailto:valarf@mail.ru)
- 3) Senior Researcher, Candidate of Sociological Sciences. Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences 24/35, build. 5 Krzhizhanovskogo St., Moscow, 117218, Russia. E-mail: [merzliakov@mail.ru](mailto:merzliakov@mail.ru)
- 4) Undergraduate Student. State Academic University for Humanitarian Sciences 26 Maronovsky Lane, Moscow, 119049, Russia. E-mail: [likseidar@mail.ru](mailto:likseidar@mail.ru)

**Abstract.** The article presents the data on realization of cluster policy of the Russian Federation received by an author's method of remote research named "electronic respondent". On the basis of these data, it analyzes the work in the regions and sectors of Russia on creation of technological clusters from positions of the concepts of innovative industrialization and social-organizational zoning, developed, respectively, by INP RAS and the Center of Sociology of Management and Social Technologies of IS RAS. The publication is designed for participants of the cluster movement in the country, and also for employees specializing in the field of applied researches in the sphere of management of a national economy.

**Keywords:** cluster policy; innovative-technological cluster; the concept of innovative industrialization; social-economic and technological space; social-organizational zoning; typology of clusters; forecast for regions and branches; interactive complex product; methods of the «electronic respondent»; interactive expert poll; monitoring of realization of cluster policy.

Проведенные, в период с 2002 по 2008 годы и с 2009 по 2011 годы в рамках программ фундаментальных исследований Президиума РАН, прогнозные исследования в области инновационной модернизации экономики России, позволили установить области создания и распространения в стране перспективных технологий [1]. Одним из важных результатов этой работы стала концепция инновационной индустриализации В.В. Ивантера и Н.И. Комкова, где, на основе анализа общемировых тенденций, были определены перспективы и механизмы нашего технологического развития на основе кластерного подхода. Как показывает мировая практика, такой подход является наиболее эффективным инструментом стимулирования региональной экономики, средством достижения целей промышленной политики, повышения её конкурентоспособности [2]. По М.Портеру, кластеры «лучше согласуются с самим характером конкуренции и источниками достижения конкурентных преимуществ» [3].

Интересным для разработки основ дистанционного анализа реализации кластерной политики в РФ являлся подход к диагностике кластеров в работе Ю.А. Арутюнова из Сыктывкарского ГУ [4]. Он предлагает два взаимосвязанных алгоритма анализа кластерной политики: «сверху – вниз», когда определяется привлекательность и предпосылки для развития кластера в той или иной отрасли; и «снизу – вверх», когда осуществляется идентификация конкретного кластера на определенной территории. При этом для диагностики предлагалось использовать качественные инструменты: метод Дельфи, фокус-группы, локальные опросы, анализ разрывов, стратегический межотраслевой анализ и т.д., а для оценки результатов их развития – количественные (коэффициенты локализации, методы экономического моделирования, анализ сети, таблицы межотраслевого баланса из отчётности) Автором был предложен и подробный алгоритм инновационного организационно-проектного развития отраслевого/ регионального кластера, заключающийся в выполнении ряда последовательных операций. Эта методология вполне приемлема для фундаментальной кафедральной работы, однако он не позволяла

исследовать тенденции в реализации кластерной политики на уровне регионов и отраслей в мониторинговом режиме.

Мы учитывали, что переход страны на стратегию инновационной индустриализации, если для этого будет проявлена соответствующая политическая воля, потребует сверх усилий и, прежде всего в части оперативности в преодолении сопротивления экономических субъектов, заинтересованных преимущественно в экспорте ресурсов, а также в преодолении значительного отставания отечественной инновационной сферы от конкурентов на внешних рынках. В концепции В.В. Ивантера и Н.И. Комкова утверждается, что здесь одними директивными методами и изменением законодательства существующее отставание ликвидировать невозможно. Необходимо использовать активные средства и инструменты стимулирования спроса на разработку и применение на наших производствах современных технологий путём проведения согласованных и скоординированных действий по осуществлению кластерной политики на общероссийском, отраслевом и региональном уровнях в режиме он-лайн.

Существенно и то, что в концепцию инновационной модернизации включены два непреложных императива, выполнение которых на самом деле затрагивают не только экономику, но и традиционную для нашей страны систему управления, зараженную стереотипами индустриализации «по-советски», и образцами вновь обретенной «культуры» коррупционных схем. Первый касается сути концепции инновационной индустриализации. Он постулирует полный отказ от восстановления устаревших отраслей и подотраслей в пользу создания совершенно новых, современных инновационных центров. Второй признает возможность реализации этого подхода к управлению инновационной политикой без прямого привлечения к управлению существующих министерств и ведомств, на основе самоуправляемых инновационно-технологических кластеров. Эти императивы создают новые проблемы, выходящие за рамки существующих социально-экономических и технологических пространств, и переходят в плоскость создания адекватной

институциональной и социокультурной среды, в рамках которой инновационно-технологическая политика сможет стать реально осуществимой.

В 2011 году, руководством программы Президиума РАН «Прогноз технологического развития России с учётом новых мировых интеграционных процессов (технологические, экономические и институциональные аспекты)», было принято решение о разработке системы непрерывного мониторинга реализации кластерной политики в стране на основе современных информационных технологий. Его преимущество должно было быть в том, чтобы все этапы такого мониторинга могли осуществляться дистанционно. Такая работа была поручена Центру социологии управления и социальных технологий Института социологии РАН [5]. Она осуществлялась в три этапа: на первом (2012 г.) были разработаны методология анализа и методики дистанционного сбора первичной информации, создана и проанализирована исходная база данных по всем участникам кластерного движения (83 региона); на втором (2013 г.) эта методика была опробована на материалах нефтегазовой отрасли; на третьем (2014 г.) – был проверен вариант оценки сложившейся проблемной ситуации в осуществлении кластерной политики на основе онлайн опроса экспертов. Ниже, в сокращённом виде, представлены основные результаты этой работы по каждому этапу.

**Операционализация основных понятий.** На основе общепринятых понятий кластерной политики мы выделили следующие эмпирические референты нашего дистанционного исследования, а именно главный объект изучения – КЛАСТЕР, под которым мы понимаем сконцентрированное взаимодействие территориальных административно-хозяйствующих субъектов в процессе разработки, производства и реализации товаров в определенной сфере народного хозяйства.

Кластеры дифференцируются на региональные, территориальные, инновационные. Региональные и территориальные схожи по своему функциональному назначению и задачам, единственное различие в том, что территориальный кластер в отличие от регионального может размещаться как на территории одного субъекта, так и на территории нескольких субъектов Российской Федерации.

Инновационный кластер – это географически сконцентрированная группа взаимосвязанных инновационных организаций и компаний,

создающаяся для укрепления позиций конкурентоспособности кластерной инновационно-производственной структуры. В нашем исследовании мы ввели еще одно операциональное понятие как инновационно-технологические кластеры, так как зачастую в работе кластеров прослеживается процесс организации и внедрения двух типов кластеров в контексте реализации кластерной политики РФ – инновационных и технологических (т.е. промышленных).

Еще одним элементом кластерной политики и одновременно ее локомотивом должен стать «Центр кластерного развития», создаваемый в целях организации взаимодействия и развития различных типов кластеров.

Все перечисленные элементы по задумке Минэкономразвития призваны на основе документально закреплённых отношений создавать благоприятные условия для развития бизнес-среды и повышения конкурентоспособности отраслей народного хозяйства. В этом контексте нам интересно было выяснить, а имеются ли механизмы реализации кластерной политики, а также оценить степень готовности регионов к созданию кластеров.

Ниже приведем общепринятые определения, употребляемые в ходе реализации кластерной политики на территории РФ, использованные нами в нашем исследовании:

*Кластерная политика* – совместные, целенаправленные, закреплённые документально, действия представителей бизнеса, органов власти, образовательных и научно-исследовательских институтов, а также других элементов кластера по формированию благоприятных условий бизнес-среды для развития кластеров и повышения эффективности деятельности всех их элементов.

*Кластер* – сконцентрированная на определённой территории группа взаимосвязанных и взаимодополняющих друг друга хозяйствующих субъектов (предприятий, поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных производственных и сервисных услуг), научно-исследовательских и образовательных организаций, которые находятся в отношениях функциональной зависимости в процессе производства и реализации товаров и услуг в определённой сфере.

*Региональный кластер* – географически близко размещённые конечные производители, поставщики, представители услуг, научные лаборатории, образовательные учреждения и

другие институты, функционирующие в конкретной экономической области.

*Территориальный кластер* – объединение предприятий, поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных производственных и сервисных услуг, научно-исследовательских и образовательных организаций, связанных отношениями территориальной близости и функциональной зависимости в сфере производства и реализации товаров и услуг. При этом кластеры могут размещаться на территории как одного, так и нескольких субъектов Российской Федерации.

*Инновационный кластер* – это географически сконцентрированная группа взаимосвязанных инновационных организаций – инновационных компаний, поставщиков и связанных организаций (компаний-разработчиков и производственных компаний; поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных услуг; объектов инфраструктуры: научно-исследовательских институтов, вузов, технопарков, бизнес-инкубаторов и других организаций), взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом в результате синергетического эффекта, дополнительных выгод от внутрикластерной конкуренции и кооперации, возникающих в силу специфики взаимодействия фирм ядра кластера с другими вспомогательными организациями, участвующими в кластере посредством вертикальных и горизонтальных связей.

*Центр кластерного развития* – элемент кластерной инфраструктуры, создаваемый в целях развития различных типов кластеров, в которые зачастую входят компании малого и среднего предпринимательства, обеспечивающие кооперационное взаимодействие участников кластера между собой.

*Центры кластерного развития* для субъектов малого и среднего предпринимательства создаются в целях содействия принятию решений и координации проектов, обеспечивающих развитие кластеров субъектов малого и среднего предпринимательства и повышающих конкурентоспособность региона базирования соответствующих кластеров и кооперационное взаимодействие участников кластера между собой.

*Орган управления кластером* – юридическое лицо, выполняющее функцию управления реализацией кластерного проекта.

*Управляющая компания* – юридическое лицо, приглашенное на принципах аутсорсинга для выполнения функции управления реализацией кластерного проекта.

**Типология кластеров.** С учетом отраслевой специфики организаций и деятельности кластеров мы заимствовали из документа Минэкономразвития РФ – «Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах российской федерации» [6] детальную классификацию кластеров для проверки и установления их типологических оснований, наличия барьеров, возникающих в ходе разработки и реализации региональных концепций и программ конкретных типов кластеров:

1. *Дискретные кластеры* включают предприятия, производящие продукты (и связанные услуги), состоящие из дискретных компонентов, включая предприятия автомобилестроения, авиационной промышленности, судостроения, двигателестроения, иных отраслей машиностроительного комплекса, а также организации строительной отрасли и производства строительных материалов. Как правило, данные кластеры состоят из малых и средних компаний – поставщиков, развивающихся вокруг сборочных предприятий и строительных организаций.

2. *Процессные кластеры* образуются предприятиями, относящимися к так называемым процессным отраслям, таким как химическая, целлюлозно-бумажная, металлургическая отрасль, а также сельское хозяйство, пищевая промышленность и другие.

3. *Инновационные и «творческие» кластеры* развиваются в так называемых «новых секторах», таких как информационные технологии, биотехнологии, новые материалы, а также в секторах услуг, связанных с осуществлением творческой деятельности (например, кинематографии). Инновационные кластеры включают большое количество новых компаний, возникающих в процессе коммерциализации технологий и результатов научной деятельности, проводимых в высших учебных заведениях и исследовательских организациях.

4. *Туристические кластеры* формируются на базе туристических активов в регионе и состоят из предприятий различных секторов, связанных с обслуживанием туристов, например, туристических операторов, гостиниц, сектора общественного питания, производителей сувенирной продукции, транспортных предприятий и других.

5. *Транспортно-логистические кластеры* включают в себя комплекс инфраструктуры и компаний, специализирующихся на хранении, сопровождении и доставке грузов и пассажиров. Кластер может включать также организации, обслуживающие объекты портовой инфраструктуры, компании специализирующиеся на морских, речных, наземных, воздушных перевозках, логистические комплексы и другие. Транспортно-логистические кластеры развиваются в регионах, имеющих существенный транзитный потенциал.

6. *Кластеры смешанных типов* могут сочетать признаки нескольких типов кластеров.

Отдельно выделены термины процедурно-технологического аппарата исследования, в том числе единицы, категории и методы.

*Информационный портал* – веб-сайт, организованный как многоуровневое объединение различных ресурсов и сервисов, обновление которых происходит в реальном времени.

*Официальный сайт* – веб-сайт компании, организации, где публикуются новости и сообщения, которые она хочет донести до общественности. Основное отличие

официального сайта от обычного заключается в его официальном статусе.

*Интенция сайта* – виртуальная презентация (визуализация) веб-сайта, транслируемая через дизайн, качество сервисов и контента, раскрывающие в свою очередь реальные интересы и мотивы деятельности их владельцев.

*Интернет-технологии в социологическом исследовании и методики онлайн исследования* (на ряду с традиционными методами проведения социологических исследований) – инновационные методы и методики дистанционного (он-лайн) получения, обработки и анализа информации позволяют [7]:

- ускорить сбор и уточнение информации для анализа быстротекущих социальных процессов в практике управления,

- сэкономить и восполнить недостающие ресурсы, оптимизирующие ход исследования: время, трудозатраты, материальные составляющие,

- получить наиболее верифицированные данные путем их валидации через пошаговую реализацию технологических этапов социотехнической технологии, или КИП – комплексного интерактивного продукта (рис. 1):

### Структура «КИП», социотехнической технологии



Рис. 1. Комплексный интерактивный продукт  
Fig 1. An integrated interactive product

### Методология и методика сбора данных.

Целью поискового онлайн-исследования была проверка при помощи социотехнической технологии дистанционного сбора и анализа данных возможностей социально-организационного зонирования экономических и технологических пространств, включенных в кластерную политику в рамках концепции инновационной индустриализации [5].

Сбор и анализ данных осуществлялся при помощи метода «электронный респондент». В его основу положен классический в социологии метод контент-анализа. Источником информации являлся веб-сайт организаций, причастных к осуществлению кластерной политики. Для достижения цели исследования была разработана специальная информационная карточка учета с фиксацией фактических и аналитических данных. Информация собиралась на основе следующих сетевых данных:

#### *а) фактических*

1. Тип сайта – первичный уровень фиксации информативности по названию.

2. Возраст сайта и фиксация географической привязки – регистрационная система Интернет (сервис whois).

3. Популярность и активность сайта – счетчики и статистика посещений;

4. Контактная информация владельцев сайта и экспертов в области кластерной политики регионов;

5. Качество презентации электронного ресурса как инструмента виртуального позиционирования: дизайн, удобство навигации, наличие и форма трансляции целей и задач сайта, интенции, качество контента, адресность сообщений сайта, доступные каналы обратной связи.

#### *б) аналитических*

1. Блок поисковой информации – оценки регионов по наличию комплексных характеристик, необходимых и достаточных для создания кластеров; индексы ранжирования отраслевых кластеров по степени готовности создания в регионах.

2. Экспертные оценки включенности региона в реализацию кластерной политики (аналитическая работа интервьюера на основе компиляции анализируемой информации с сайта региона).

Первичные данные, собранные при помощи метода электронного респондента, были проанализированы и интегрированы в интерактивный экспертный опрос субъектов кластерной политики регионов.

В ходе общего исследования в КИП была внедрена методика сетевого измерения, а именно проведен сетевой анализ зонтичных брендов в кластерной политике на основе изучения 443 сайтов, владельцы которых включены в процессы реализации кластерных стратегий, как на федеральном, так и на региональном уровнях [8].

*Метод сетевого анализа зонтичных брендов* – это дистанционный способ изучения позиционирования региональных инновационных кластеров посредством разработки сетевой модели организации властно-управленческой иерархии реализации кластерной политики и учета влияния на нее вершин двух типов: «персоны» и «организации».

В нашем случае для изучения сетевой структуры организации кластерного пространства была использована формула расчета центральности как посредничества, разработанная С. Вассемоном и К. Фаустом. (S. Wasseman, K. Faust Social network analysis: methods and applications. 1994.) [8]

**Блок-схема предмета исследования.** В социологии управления для постановки и решения организационно-управленческих проблем используется принцип социально-организационного и социально-технологического зонирования. Социально-организационное зонирование включает в себя:

1. Особый правовой статус зоны.

2. Наличие достаточной материально-технической и финансовой базы,

3. Ядро зонообразования (персональный состав представителей организаций, самостоятельно принимающих стратегические и ресурсные решения),

4. Участников и контрагентов зоны, берущих на себя обязательство по выполнению отдельных направлений и функций в совместной работе,

5. Ценностно-нормативный кодекс отношений на основе солидарности и ответственности сторон,

6. Совмещение самоорганизации персонала и контроля за выполнением писанных и неписанных правил взаимодействия.

Социально-технологическое зонирование распространяется на всю цепочку НИОКР – производство – реализация продукции. Опыт такого зонирования получил положительную оценку в исследованиях Тавистокской социологической школы еще в 60-е годы прошлого века (Англия), в исследованиях Института анализа предприятий и рынков ГГУ ВШЭ (2004-2007) и в целом ряде других, в том числе и нашего Центра. Оказалось, что такого

рода зонирование, способно демпфировать авторитарные амбиции высокоресурсных групп и снимать напряжения в отношениях между участниками в цепочке технологических переделов при разработке и опробовании новых идей производства и реализации продукции. Этот опыт, как нам представляется, может оказаться чрезвычайно полезным и при создании самодостаточных холдингов и инновационно-технологических кластеров при реализации концепции инновационной индустриализации. В этой связи наше исследование проблемы влияния социально-организационного фактора на потенциал инновационной индустриализации страны можно рассматривать как актуальную научную и практически значимую задачу.

В научном плане речь идет об экспликации явных и латентных функций и структур

социальных организаций, вовлекаемых в реализацию инновационной политики, способствующих или препятствующих ускорению создания и распространения конкурентоспособных технологий, а также корректировке на этой основе и среднесрочных прогнозных оценок, необходимых для разработки стратегических планов и задач. Центральной проблемой здесь становится управляемость процесса инновационной индустриализации на макро-, мезо- и микро-организационных уровнях. Предметом выступает влияние организованных (вертикально-интегрированных) и спонтанных (самоорганизующихся, горизонтально-интегрированных) факторов на тенденции в реализации кластерной политики.

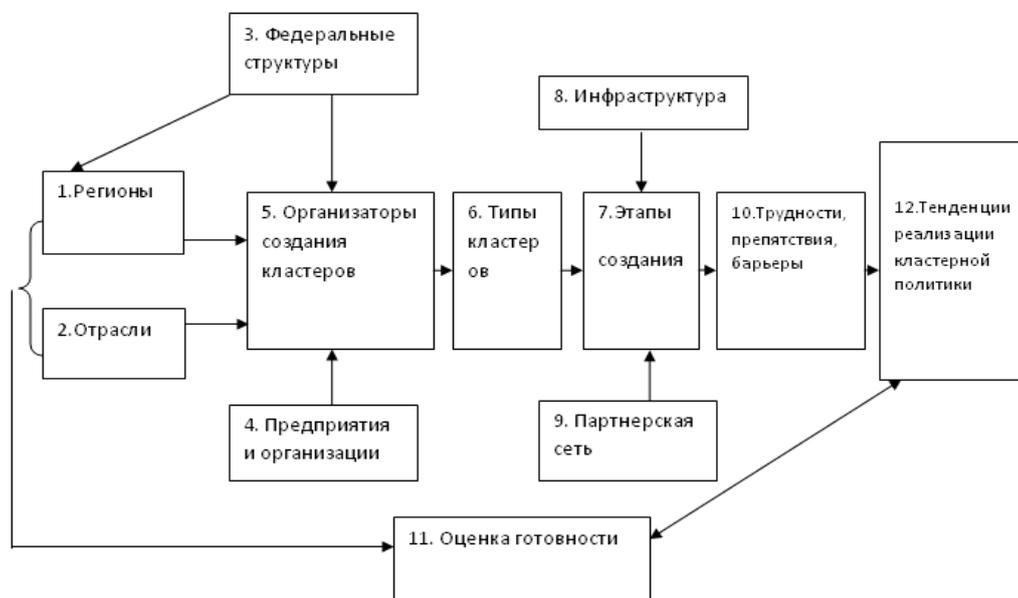


Рис. 2. Блок-схема предмета исследования и обозначение базовых переменных

Fig. 2. Block diagram of the subject of research and its basic variables

1. Регионы: все федеральные округа и входящие в них субъекты РФ.

2. Отрасли: только отрасли, которые упоминаются на сайтах.

3. Федеральная структура: имеются ввиду те, которые реально участвуют в создании кластеров и организации их работы.

4. Предприятия и организации: список юридических лиц, реально включенных в создание и работу кластеров.

5. Организаторы: инициаторы и ресурсодержатели (инвесторы).

6. Типы кластеров: выделены по организационно-управленческим и структурно-отраслевым основаниям.

7. Этапы создания кластеров: регион только заявляет о создании нового кластера, создание кластера находится в процессе становления, кластер функционирует.

8. Инфраструктура кластеров. Шкала: «не имеются, но требуются инфраструктурные элементы», «мощности – имеются элементы инфраструктуры для реализации задач кластера».

9. Партнерская сеть: регионы, корпорации, инвесторы.

10. Трудности и препятствия: кадровая проблема, низкая инновационная готовность организаций и предприятий, недостаточное качество инфраструктуры и др., ограниченный

доступ к зарубежным рынкам, недостаточное финансирование.

11. Оценка готовности к инновационному развитию по комплексу критериев: низкая, средняя, высокая.

12. Тенденции реализации инновационной политики: негативные, показные, слабоуспешные, среднеуспешные, успешные.

**Основные результаты исследования.** Наше исследование было разделено на три этапа:

1 этап – «поисковый», на котором применяется метод электронного респондента – это модифицированный метод контент-анализа содержания сайтов. (его мы и применили на первом этапе нашего исследования для изучения сайтов субъектов кластерной политики);

2 этап – «основной», применяется интерактивный экспертный опрос для проверки данных первого этапа, а также для получения нового знания об объекте исследования;

3 этап – «проверочный», проверка данных 1 и 2 этапа исследования при помощи интерактивного экспертного опроса «интегрированных экспертных оценок».

Ниже указаны основные результаты. Сбор и обработка данных показали, что кластерная политика в стране осуществляется, но пока ещё экстенсивно и нецеленаправленно. Примерно две трети регионов на тот момент находились на низком уровне вовлечённости в кластеризацию промышленности.

Среди 83 регионов только в 30, по имеющимся сведениям, созданы и функционируют инновационно-технологические кластеры. По степени их готовности они распределились следующим образом:

- высокий уровень готовности – 9%,
- выше среднего уровень готовности – 13%,
- средний уровень готовности – 7%,
- ниже среднего уровень готовности – 8%,
- низкий уровень готовности – 63%.

В типологическом отношении, по степени вовлеченности регионов в инновационный процесс, получилось следующее распределение: промышленные кластеры – в 62 регионах; кластер технологических инноваций и высоких технологий, – в 38 регионах; биотехнологический и медико-химический кластеры, – в 32 регионах; топливно-энергетические кластеры, – в 29 регионах; агропромышленные кластеры – в 29 регионах; профессионально-интеллектуальные кластеры – в 11 регионах; транспортно-

логистические – в 13 регионах; туристическо-рекреационный кластер – 37 регионов.

В качестве барьеров кластеризации на первом месте оказались организационные (40%), затем недостаток кадров (38%), неразвитость инфраструктуры (20%) и, наконец, что оказалось неожиданным, недостаточное финансирование (11%). Часть нужных для оценки ситуации сведений отсутствовало, особенно по состоянию партнерской сети. В целом это касается 66% регионов. По партнерам-инвесторам нет сведений в 91% случаев, по межрегиональным связям – 81% и т.д. Особый интерес вызывает анализ сетевых связей 443 экономических субъектов, среди которых обнаружен пул из 2-3 брендов, известных в стране организаций, тесно связанных с органами федеральной власти, реально управляющих сегодня инновационной политикой.

Все эти и другие данные дали основания для проведения дополнительного анализа наметившихся в стране тенденций кластерных форм инновационного развития на примере отдельной отрасли. В качестве таковой по рекомендации ИНП РАН была выбран нефтегазовый сектор. В ходе сбора и анализа первичной информации было обнаружено 63 кластера, которые относятся к нефтегазовой отрасли.

Для удобства анализа и систематизации полученных данных было произведено укрупнение кластеров по принципу выделения основного направления, в рамках которого создается или уже функционирует кластер. В результате такой работы окончательно было выделено 4 основных направления (рис. 3)

1. Нефтегазовый кластер – 37 кластера.
2. Нефтехимический кластер – 16 кластеров.
3. Нефтегазохимический кластер – 9 кластеров.
4. Кластер инновационной переработки топлива – 1 кластер.

Как видно на рис. 3, наиболее распространенным в отрасли является нефтегазовый кластер. Более половины из кластеров работают в этом направлении. Каждый четвертый кластер связан с нефтехимической отраслью, а 9 кластеров работают в нефтегазохимической сфере. Был выявлен только 1 кластер, направленный на развитие инновационных технологий по переработке топлива.

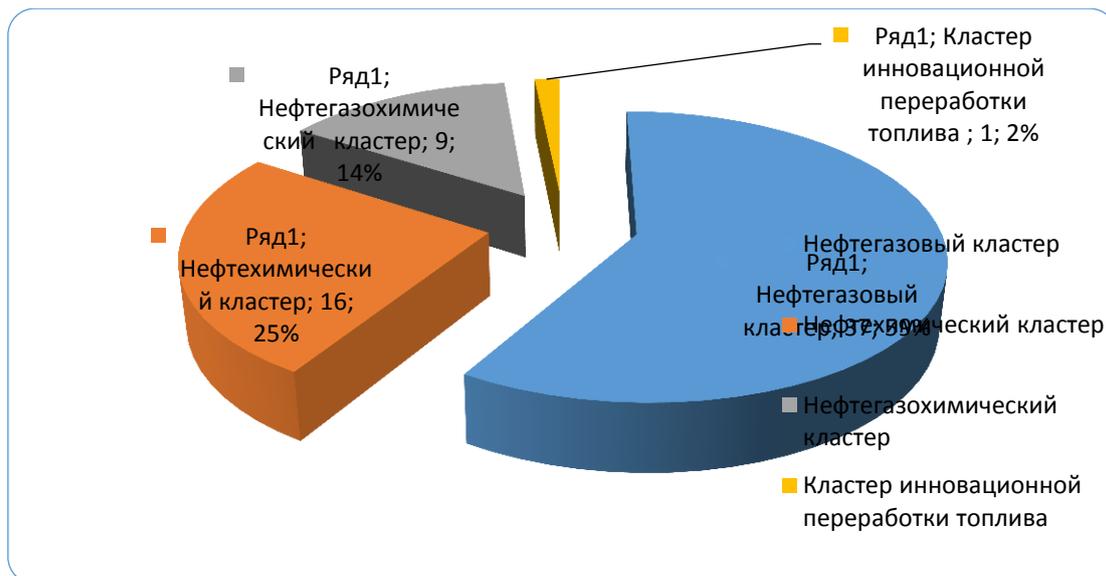


Рис. 3. Структура отраслевых кластеров в нефтяной отрасли (в %) / Fig. 3. Structure of branch clusters in the oil industry (%)

Оказалось, что кластеры и контуры кластеров нефтяной отрасли присутствуют в 8 округах и в 41 регионе Российской Федерации. Таким образом, во всех федеральных округах и в половине регионов РФ осуществляется деятельность по освоению и развитию кластеров нефтяной отрасли. В каждом из нижеуказанных регионов ведется работа по внедрению одного или двух направлений кластерного развития.

Наибольшее представительство кластеров нефтяной отрасли располагается в Приволжском федеральном округе (16 кластеров). По 2 кластера в Республиках Татарстан и Башкортостан, Нижегородской, Кировской, Оренбургской и Саратовской областях и в Пермском крае. Прослеживаются контуры организации в Самарской области и Удмуртской Республике (по одному). Меньше всего освоены кластеры в Северокавказском автономном округе (3 кластера), где разработана схема реализации кластерного проекта с учетом специфичности условий формирования кластеров в Чеченской Республике. Один кластер планируется создать в Республике Ингушетия.

Для оценки уровня освоения кластеров в регионах были использованы следующие критерии:

- *низкий уровень освоения кластеров* (отсутствие отраслевых кластеров в регионе);
- *ниже среднего уровень освоения кластеров* (заявлено о подготовке к созданию отраслевого кластера в регионе);
- *средний уровень освоения кластеров* (помимо заявления о подготовке отраслевого кластера в регионе развивается и соответствующая инфраструктура);

– *выше среднего уровень освоения кластеров* (отраслевой кластер находится в стадии становления);

– *высокий уровень освоения кластеров* (отраслевой кластер функционирует на территории региона).

В целом оказалось, что уровень освоения кластеров в регионах находится ещё только на стадии становления и формирования условий для развития соответствующей инфраструктуры (табл. 1). Около половины кластеров находятся только на этапе своего создания (25 кластеров), т.е. в настоящее время осуществляется подготовка соответствующей нормативно-законодательной базы. Для 16 кластеров уже подготовлена соответствующая инфраструктура.

Таблица 1

Уровни освоения кластеров в нефтегазовой отрасли / Table 1 Levels of developing clusters in the oil industry

Уровень освоения кластера	Количество	
	Кластеров в регионах (количество)	%
заявляет о создании нового кластера	25	40%
имеется инфраструктура для реализации задач кластера	16	26%
находится в процессе становления	11	17%
кластер функционирует, требует обновления технологической инфраструктуры	11	17%
<b>Всего</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

Одиннадцать кластеров в регионах проходят стадию своего становления и ещё 11 уже

функционируют, но требуют серьезного обновления своей технологической инфраструктуры (табл. 1).

Таблица 2

**Уровни освоения кластеров в соответствии с типом кластера**

Table 1

**Levels of developing clusters according to the cluster type**

Тип кластера	Уровень освоения кластера			
	Ниже среднего	Средний	Выше среднего	Высокий
Нефтегазохимический	3	2	2	2
Нефтехимический	7	4	3	2
Нефтегазовый	15	10	5	7
Кластер инновационной переработки топлива	-	-	1	-
<b>Всего</b>	<b>25</b>	<b>16</b>	<b>11</b>	<b>11</b>

Как видно из вышеприведенной таблицы 2 наиболее развитым отраслевым кластером в отрасли оказался нефтегазовый. Доля данного кластера в общей структуре выделенных типов отраслевых кластеров наиболее представительна. Кроме того, среди кластеров данного типа больше всего кластеров, которые уже функционируют в рамках региональных и территориальных кластерных взаимодействий (7 кластеров). На втором месте, по представительности, это кластеры нефтехимического направления (16 кластеров). Далее идут нефтегазохимические (9 кластеров). Единственный кластер инновационной переработки топлива располагается в Тамбовской области (ЦФО РФ) и находится на стадии активного становления.

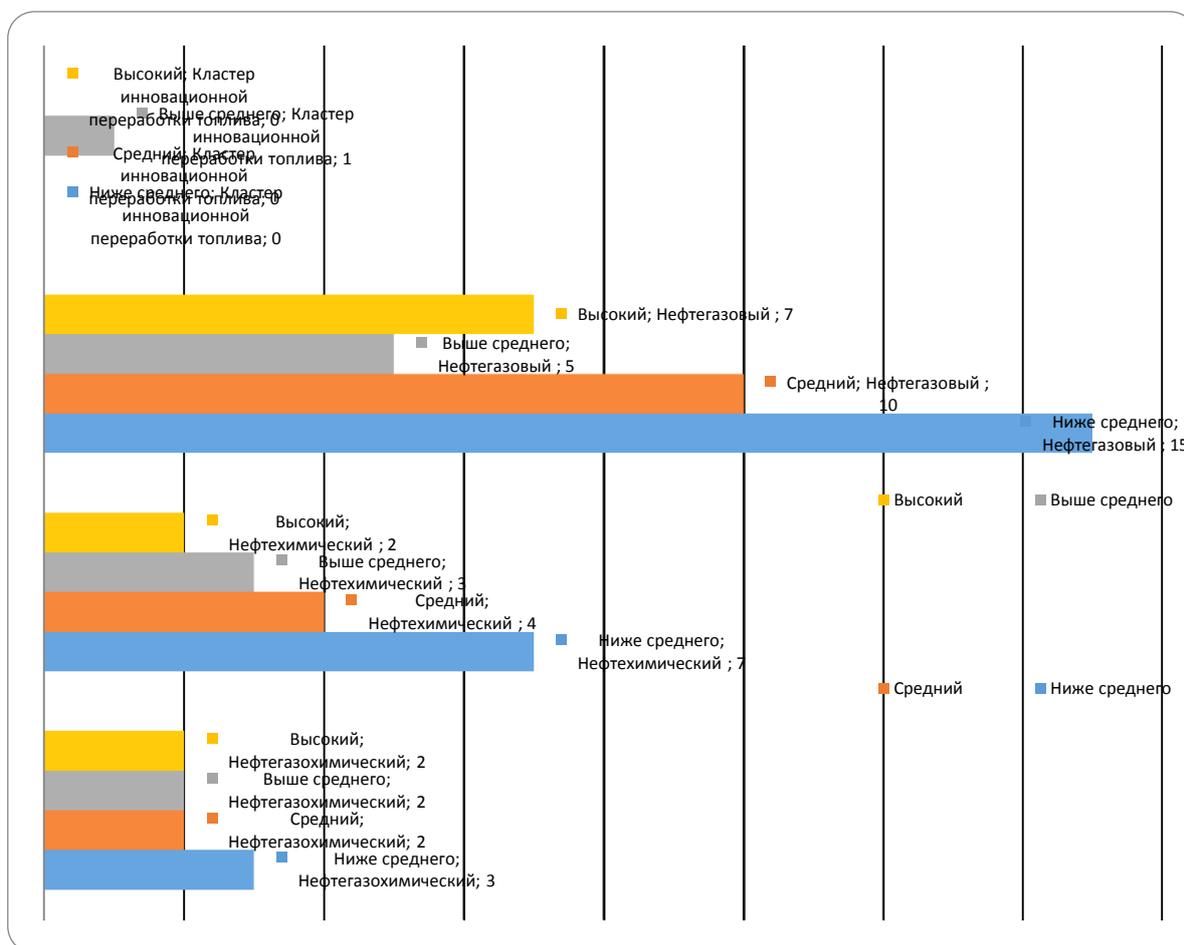


Рис. 4. Структура уровней освоения отраслевых кластеров в регионах (кол-во кластеров)  
Fig. 4. Structure of levels of developing industry clusters in the regions (number of clusters)

Можно сделать некоторые предварительные выводы. Сбор и обработка полученных данных показали, что реализация кластерной политики в отношении нефтегазовых кластеров, как и по всей стране, осуществляется пока ещё весьма не целенаправленно. Похоже, что спонтанная

самоорганизация значительно превалирует над вертикально – интегрированными факторами управления со стороны госструктур. Среди 83 регионов только в 11, по имеющимся сведениям, функционируют нефтегазовые и нефтехимические

кластеры. По степени их готовности они распределились следующим образом:

- высокий уровень готовности – 17%;
- выше среднего уровень готовности – 17%;
- средний уровень готовности – 26%;
- низкий и ниже среднего уровень готовности – 40%.

В отраслевом отношении по степени вовлеченности в инновационный процесс производства разделились следующим образом: нефтегазовый – 75%, нефтегазохимический – 11%, нефтехимический – 38%, газохимический кластер – 7%, кластер инновационной переработки топлива – 2%, газовый кластер – 2%. В качестве барьеров на последнем месте оказались недостаточное финансирование (11%), недостаток кадров на первом месте (22%), низкая восприимчивость к инновациям, крайне низкая модернизация отрасли – у 22%, затем организационные причины (20%), и неразвитость инфраструктуры (18%). Часть нужных для оценки ситуации сведений отсутствует, особенно по состоянию партнерской сети. В целом это касается 30% регионов. По партнерам-инвесторам нет сведений в 74% случаев, по межрегиональным связям – 78% и т.д. Все эти и другие данные, дали основания для проведения дополнительного анализа наметившихся в стране тенденций реализации кластерных форм нефтегазовой отрасли и в ряде других отраслей с помощью экспертного опроса.

В дальнейшем было произведено обобщение полученных данных по критерию о степени готовности регионов к созданию различных типов кластеров и о тех препятствиях, с которыми они (регионы) сталкиваются в ходе реализации кластерной политики на местах. Для этого был проведен опрос экспертов, которым были предоставлены наши материалы дистанционного анализа процесса реализации кластерной политики. Экспертами в количестве 100 чел. выступили представители организаций и органов власти, принявших участие в разработке и реализации кластерной политики в 44 регионах

РФ, включенных в 96 функционирующих, либо прошедших организационные процедуры по разработке программ развития инновационных территориальных кластеров. Идентификация экспертов по уровню статусности и компетентности позволяет говорить о высокой степени валидности полученных оценок, и возможности проведения экспликации социально-организационных и инновационно-технологических процессов на основе данных целевой экспертной группы. Тому подтверждением является уровень образования экспертов - не ниже высшего (100%), а также наличие у 40% ответивших докторских (16%) и кандидатских степеней (24%) (табл. 3).

Таблица 3  
Наличие ученых степеней у экспертов

Table 3  
Science degrees of experts

Ученая степень	Количество
	%
Доктор наук	16%
Кандидат наук	24%
Не имею	60%
<b>Всего</b>	<b>100%</b>

Кроме того, если говорить об управленческой компетенции экспертов и содержательных оценках организационно-управленческих процессов в ходе реализации кластерной политики и в рамках подготовки и реализации программ проектов инновационных кластеров, то можно также говорить о потенциально высоком уровне надежности оценок с учетом занимаемых экспертами должностей в иерархии управления организациями. Почти половина экспертной аудитории – это руководители высшего звена (45%), и одна треть руководители среднего и низшего звена (33%) (табл. 4). В целом 78% процентов экспертов занимают руководящие должности и непосредственно отвечают за разработку и контроль мероприятий в рамках кластерных проектов и программ. Остальные 22% – служащие и специалисты.

Таблица 4

Должность экспертов

Table 4

Positions held by experts

Должность эксперта	Количество
	%
Руководитель высшего звена	45%
Руководитель среднего звена	27%
Руководитель низшего звена	4%
Специалисты и служащие	24%
<b>Всего</b>	<b>100%</b>

Интересно отметить, что рассмотрение вопросов и достижение объективации по предложенным проблемам происходит практически в равнодолевой дифференциации по возрастным показателям. В поколенческом разрезе представлены две группы – молодое поколение до 40 лет (47%), и пожилое поколение старше 41 года (53%) и первая, и вторая группа практически в равных долях занята, как на госпредприятиях (44% и 56%), так и в частных компаниях (51% и 49%), что дает возможность оценивать фоновую ситуацию кластерной политики с точки зрения ведения частного бизнеса и деятельности государственных структур почти в равных пропорциональных соотношениях.

Если обратиться непосредственно к оценкам конкретных мероприятий региона в области кластерной политики и реализации кластерных проектов, сделанных интервьюерами-экспертами (специально погруженные в проблему и обученные интервьюеры) на основе изучения контента отобранных сайтов, то можно сказать, что чуть больше половины сайтов убедили их в том, что регион реально включен в реализацию кластерных проектов, разрабатывает программы отраслевых и инновационных кластеров при поддержке государства или силами ГЧП, планирует активно реализовывать уже наработанные проектные решения по различным направлениям отраслевой специфики на основе имеющихся заделов производственной и научно-исследовательской инфраструктуры.

Мы решили прояснить у экспертов, связывают ли они эффективные способы достижения целей кластерных инновационных проектов с виртуальным позиционированием их целей и задач. Также мы планировали рассмотреть в количественном выражении признаки виртуального позиционирования при помощи официальных сайтов кластеров. В итоге 77% экспертов высказываются за то, что кластер должен быть представлен в информационном пространстве интернета и для этого необходимо создать официальный сайт (табл. 5).

Остается надеется, что субъекты реализации кластерной политики не оставят без внимания возможности организации инфокоммуникационного пространства взаимодействия для успешного виртуального позиционирования целей и задач кластеров, а также расширения сетевых взаимодействий с региональными и отраслевыми субъектами кластерного развития.

Таблица 5

**Требуется создание сайта как ресурса виртуального позиционирования кластеров**

Table 5

**There is a need of creating a website as a resource of virtual positioning of clusters**

Требуется создание специализированного сайта проекта кластера	Количество
	%
Да	77%
Нет	4%
Уже существует	6%
Затрудняюсь ответить	13%
<b>Всего</b>	<b>100%</b>

Экспертами были предложены следующие рекомендации по улучшению ситуации в отношении развития инновационных кластеров в России:

- необходимо сместить фокус внимания с менеджерских элит на средний производственный управленческий уровень. Вернуть ему престиж и ключевые функции.
- восстановить преемственность между поколениями производственного управления и развития старшего поколения и современного молодого поколения производственников.
- наладить производственные структуры межотраслевого взаимодействия.
- понять, что информационные поводы и красивые терминологические вбросы в социально-политическое пространство страны – это следствие политических притязаний на инновационность, но никак не экономический базис восстановления и развития российской промышленности.

**Общие выводы.** По результатам исследования удалось выйти на новое обобщение относительно возможностей дистанционного мониторинга, и, в частности, на возможности использования информационных ресурсов в осуществлении кластерной политики.

Опыт регионов, обладающих высокими рейтингами инвестиционной привлекательности, убеждает, что грамотное виртуальное позиционирование при помощи информационных ресурсов (сайтов и интернет-порталов) создаёт предпосылки и условия для развития различных региональных структур и создания саморегулирующейся региональной инновационной системы для всех участников кластерной политики, а также позволяет выработать для них эффективные коммуникационные механизмы управления, сформировать стабильные конкурентные позиции территорий.

Создание собственного информационного ресурса, привлекательного с точки зрения содержательного наполнения и удобства поиска необходимой информации, и эффективного, с точки зрения продвижения преимуществ кластерных организаций, может стать необходимой составляющей деятельности субъектов кластерной политики регионов. Грамотно подобранная информация, профессионально сделанные сайты и интернет-порталы могут в определенной степени нивелировать недостатки и продвигать конкурентоспособные стороны проектных идей кластеров, в первую очередь, за счет привлечения новых ресурсов и средств через инфокоммуникационное пространство взаимодействия всех заинтересованных участников кластерного развития.

При изучении интенциональности виртуального позиционирования субъектов реализации кластерной политики, ещё на первом этапе исследования, мы фиксировали, что *не во всех регионах имеются сайты профильных региональных министерств*, отвечающих за подготовку и реализацию кластерных проектов. Несомненно, без применения современных инструментов и технологий, позволяющих транслировать эффективные тренды в рамках кластерного развития, уже невозможно представить себе конкурентную борьбу за внешние и внутренние инвестиции, экономические рейтинги и господдержку для эффективной реализации кластерных программ регионов.

В нашем случае отсутствие вышеназванных сайтов у субъектов кластерной политики затруднило дистанционный сбор данных. Однако компенсировать недостающую информацию удалось за счет сайтов Правительств регионов, которые в той или иной мере организовывали трансляцию своей деятельности и озвучивали планы по созданию отраслевых и территориальных инновационных кластеров.

Достаточно информативными в плане сбора поисковой информации оказались сайты Центров кластерного развития регионов, отвечающие за мероприятия по разработке и координацию проектов кластеров, а также за кооперационное взаимодействие его участников. Но таких сайтов было найдено всего двенадцать. В большинстве регионов, в которых зафиксировано их наличие, наблюдалась повышенная активность в реализации мероприятий кластерной политики. Так в девяти регионах, где были созданы сайты ЦКТ, удалось зафиксировать функционирование

различных отраслевых кластеров как при поддержке государства, так и за счет средств и ресурсов государственно-частного партнерства.

Для оценки самих сайтов как эффективного инструмента виртуального позиционирования субъектов управления мы обратились к их виртуальному целеположению (к их интенциональности). Оказалось, что четко обозначенная цель на сайте имеется только на 20% отобранных сайтов. Интересно отметить, что практически 84% официальных порталов Правительств регионов не формулируют и не указывают свои цели и задачи, которые они планируют достичь при помощи «электронного инструмента управления». Похожая ситуация и с профильными министерствами в регионах РФ. Что касается Центров кластерного развития, то и тут лишь 50% сайтов четко декларируют цель создания центра и сайта. Напрашивается вопрос, а для чего же были созданы остальные сайты Центров кластерного развития?

Как и с обозначением своих реальных целей, подобным образом обстоят дела и с декларированием деловых намерений, с указанием конкретных мероприятий в области кластерной политики. Только половина (51%) сайтов ссылаются на подготовку и реализацию конкретных решений в рамках реализации кластерных проектов. Практически 67% сайтов шаблонно транслируют информацию для вышестоящих государственных органов власти, не отображая реального положения дел, используя неудобные сервисы навигации по сайту, скрывая и ограничивая формы и средства обратной связи для посетителей сайта. Только 26% электронных ресурсов имеют дорогой индивидуальный дизайн, с встроенной флеш-анимацией, видеорепортажами, видеообращениями и другими мультимедийными средствами подачи информации, а также качественные и понятные сервисы для связи с конкретными ответственными лицами.

Что касается вопросов привлечения при помощи сайта партнеров и инвесторов для реализации совместных проектов в различных региональных отраслях и сферах, в том числе и бизнес-стратегий в рамках кластеров, то более половины регионов задумываются о своей инвестиционной привлекательности и делают посылы для инвесторов (62%). В большинстве случаев это происходит через подачу информации на страницах сайта о имеющихся перспективных проектах в регионах, об условиях

их реализации и возможных формах включения в них заинтересованных организаций и компаний.

В результате обобщения данных по трём этапам нашего исследования, можно так же сделать некоторые предварительные выводы о состоянии работы в стране по реализации кластерной политики на основе дистанционного сбора и анализа данных. Просто перечислим наиболее важные из них:

1. Инновационные кластеры России уже представляют собой единую сеть, которая выстраивается «сверху», при поддержке государства и в интересах государства.

2. Тем не менее, наблюдается разрыв между государственными задачами, которые должны решаться создаваемой сетью бизнес-кластеров, и целями спонтанного самовоспроизводства менеджерских элит, из которых состоит эта сеть.

3. Вся общероссийская коммуникативная сеть инновационных кластеров на самом деле замыкается на весьма небольшом количестве элитарных ресурсов и организаций.

4. Приращение коммуникаций происходит, прежде всего, за счет больших мероприятий. А их организация возможна только при поддержке ряда мощных игроков – федеральных структур, региональных правительств и пр.

5. Хотя формально предполагается, что инновационные бизнес-кластеры должны соответствовать производственному и/или ресурсному потенциалу региона, на настоящий момент они скорее соответствуют потенциалу и компетентности топ-менеджеров и чиновников региона.

6. Опыт старшего поколения промышленников был бы крайне полезен и востребован современными элитами, если бы их деятельность была направлена в практическую плоскость. Концентрация опыта старшего управленческого поколения происходит в РАН, и создает платформу для критической позиции по отношению к деятельности современных элит. Последние негативные выступления современных управленцев в сторону РАН связаны именно с этим «генетическим» противоречием.

7. Реально руководит процессом кластеризации оторванная от производства группа менеджерских элит, сложившаяся в последние 15 лет. Именно они сейчас показывают наибольшую активность, которая пока не заканчивается практическими результатами, а сконцентрирована в большей степени на собственных проблемах самовоспроизводства менеджерских элит.

**Перспективы применения дистанционных исследований в области изучения кластеров и**

**кластерной политики.** В качестве возможных направлений дальнейшего исследования бизнес-кластеров на основе дистанционно-сетевой методологии можно выделить следующие:

- дополнение предмета исследования более подробной информацией о сайтах: регион, отрасль, период активности и др.;

- расширение списка сайтов за счет дополнения следующих субъектов: региональные правительства, федеральные структуры, иностранные агенты, персоны влияния;

- дальнейшая типологизация сетевых связей, что позволит разделить общую сеть на несколько уровней по типу ресурсов – информационные, организационные, репутационные и пр.;

- разработка показателей текущего контроля эффективности работы региональных инновационных кластеров;

- выяснение обоснованности того или иного типа кластеров в регионе по социально-экономическому профилю его развития;

- картирование регионов страны по разным аспектам деятельности кластеров, в том числе по степени соответствия реальным перспективам регионального развития.

Все эти направления естественно потребуют дистанционного сбора существенно большего объема данных, особенно по тем регионам России, где до сих пор остались устаревшие промышленные активы советского периода.

Отдельной проблемой является рефлексия понимания термина «инновационный бизнес-кластер». Существует ли универсальное понимание этого термина у разных участников процесса кластеризации? Ответ на это может дать дополнительное исследование качественными методами – глубинные интервью, а также дискурс-анализ публикаций на эту тему. Ведь позиционирование в информационной среде на данный момент является одним из основных достижений развития инноваций в нашей стране. Предпосылкой работы с регионами может быть созданный нами в ходе исследования рабочий вариант Глоссария процедурно-технологического аппарата исследования.

**В заключение** обратим внимание на наши данные относительно препятствий осуществлению кластерной политики в стране. Сегодня субъекты кластерной политики действительно вступили в активную фазу реализации программ инновационных территориальных кластеров (ИТК). От их успешной реализации, несомненно, зависят

перспективы и регионального развития и качество модернизации систем управления в регионах.

Регионы заявляют о своей готовности к реализации как промышленных, так и инновационных типов кластеров, и активно включаются в разработку программ ИТК, которых Минэкономразвития РФ выявило более 90 в рамках конкурса по отбору лучших. По итогам конкурса не все программы пилотных кластеров были поддержаны. Только 14 проектов были одобрены. Остальные регионы вынуждены реализовывать кластерные проекты своими силами при возможной государственно-частной поддержке в перспективе. Препятствия реализации кластерных проектов начинаются еще на предпроектной стадии в связи с отсутствием эффективных механизмов включения субъектов управления кластерной политики в реальные организационно-управленческие процессы и структуры региона.

На сегодняшний день установлено, что учет частных и государственных интересов в деятельности управляющих компаний кластеров, в том числе малых и средних предприятий, соблюдаются при помощи восьми механизмов организационно-управленческой деятельности[13]:

1. Управляющая компания назначается органами местного самоуправления.
2. Сотрудники управляющей организации выбираются или согласовываются с участниками кластера.
3. Руководитель управляющей компании выбирается с учетом мнения участников кластера.
4. Наблюдательный совет кластера (совет кластера и пр.) Назначает управляющую компанию кластера.
5. Управляющая компания представляет ежегодный отчет на общем собрании участников кластера, по результатам которой принимается решение.
6. Управляющая компания назначается региональными органами государственной власти.
7. Руководитель управляющей компании назначается органами государственной власти.
8. Управляющая компания определяется на общем собрании участников кластера.

Однако не один из них не способен организовать грамотное, консолидированное взаимодействие всех субъектов, ключенных в реализацию программных мероприятий кластера. Существующие механизмы не способны воспроизвести эффективную организацию коммуникативного пространства для адекватной кооперации всех хозяйствующих субъектов на территории, с последующим включением их в

системную реализацию программных инициатив и мероприятий.

Серьезные проблемы возникают и из-за отсутствия практики стратегического планирования определённого типа кластеров с учётом комплексного развития территорий регионов, хотя более половины экспертов видят перспективы регионов именно в сочетании кластерного подхода в развитии промышленности и комплексного развития всей территории.

Предложенная нами методика дистанционного мониторинга кластерной политики, если её использовать на постоянной основе, позволяет создать современную информационную базу для контроля процесса инновационной индустриализации страны не только в научных, но и в практических целях. Президиум РАН, на основе совокупности исследовательских данных за последние годы, мог бы инициировать создание Межведомственного совета для подготовки согласованных решений по реализации кластерной политики в стране на основе контроля процесса кластеризации с помощью дистанционного мониторинга.

#### Литература

1. Прогнозирование перспектив технологической модернизации экономики России / под ред. В.В. Ивантера, Н.И. Комкова. М.: МАКС Пресс, 2010.
2. Тищенко А.Н. Кластеры: признаки, диагностика и формирование // Проблемы экономики [Электронный ресурс]. Харьков, 2009. №4. URL: [http://www.problecon.com/pdf/2009/4\\_0/21\\_28.pdf](http://www.problecon.com/pdf/2009/4_0/21_28.pdf) (дата обращения: 10.12.2014)
3. Портер М. Конкуренция / Пер. с англ. М.: Изд. дом «Вильямс», 2000.
4. Арутюнов Ю.А. Формирование региональной инновационной системы на основе кластерной модели экономики региона // Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета [Электронный ресурс]. URL: <http://koet.syktu.ru/vestnik/index.htm> (дата обращения: 10.12.2014)
5. Богданов В.С., Мерзляков А.А., Тихонов А.В. Теоретико-методологический подход и эмпирическое исследование кластерной политики / Социология управления: фундаментальное и прикладное знание / От. Ред. А.В. Тихонов. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2014.
6. Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации (Министерство экономического развития РФ) от 26 декабря 2008 г. № 20615-ак/д19 [Электронный ресурс]. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=113283> (дата обращения: 21.11.2014).

7. ИНАБ №1 – 2012. Конкурентоспособность отечественных ИТ-компаний (по материалам интерактивного исследования) [Электронный ресурс]. М.: Институт социологии РАН, 2012. URL: [http://www.isras.ru/inab\\_2012\\_01](http://www.isras.ru/inab_2012_01) (дата обращения: 13.02.2014.); ИНАБ №2 – 2012. Наукограды в кризисной ситуации (по материалам интерактивного исследования) [Электронный ресурс]. М.: Институт социологии РАН, 2012. URL: [http://www.isras.ru/inab\\_2012\\_02.html](http://www.isras.ru/inab_2012_02.html) (дата обращения: 13.02.2014.).

8. Градосельская Г.В., Просянюк Д.В. Экспликация «зонтичных брендов» как способ обнаружения латентных механизмов управления в создании инновационных кластеров / Социология управления: фундаментальное и прикладное знание / От. Ред. А.В. Тихонов. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2014.

9. Блудова С.Н. Региональные кластеры как способ управления внешнеэкономическим комплексом региона // Вестник СевКавГТУ. 2004. №2(13). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ncstu.ru> (дата обращения: 10.12.2014)

10. Георгиева Н.Н. Возможности создания отраслевых кластеров на территории региона // Социально-экономическое и инновационное развитие региона. Материалы Всеросс. научн.-практ. конф., апрель 2006 г. В 2 ч. Ч I. Сызрань: Сам. гос. техн. ун-т, 2006.

11. Георгиева Н.Н. Методические аспекты формирования отраслевых кластеров в экономике региона. // Современный российский менеджмент: состояние, проблемы, развитие: сб. статей V Междун. науч.-метод. конф. Пенза, 2006.

12. Егоров С.А. Промышленный кластер как развитая форма производственной кооперации // Проблемы современной экономики. 2008. №3(27). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=26329> (дата обращения: 13.02.2014.).

13. ОАО «Российская венчурная компания» «Система менеджмента для управляющих компаний инновационных территориальных кластеров Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: [http://cluster.hse.ru/doc/management\\_companies\\_clusters.pdf](http://cluster.hse.ru/doc/management_companies_clusters.pdf) (дата обращения: 13.02.2014.).

### References

1. Forecasting and Prospects of Technological Modernization of the Russian Economy. Moscow: MAKSPress, 2010.

2. Tischenko A.N. Clusters: Signs, Diagnostics and Formation. Problems of Economics. Kharkiv, 2009. No. 4. URL: [http://www.problecon.com/pdf/2009/4\\_0/21\\_28.pdf](http://www.problecon.com/pdf/2009/4_0/21_28.pdf) (date of access: December 10, 2014)

3. Porter M. Competition. TRANS. Moscow: Izd. house "Williams", 2000.

4. Arutyunov Yu. A. Formation of Regional Innovative System on the Basis of Cluster Model of Regional Economy. Vestnik of the Research Center of Corporate Law, Management and Venture Investment of

Syktvkar state University [Electronic resource]. URL: <http://koet.syktsu.ru/vestnik/index.htm> (date of access: December 10, 2014).

5. Bogdanov V.S., Merzlykov A.A., Tikhonov A.V. Theoretical-methodological Approach and Empirical Research of Cluster Policy. Sociology of Management: Basic and Applied Knowledge. Moscow: "Canon+" ROOI "Rehabilitation", 2014.

6. Methodical Recommendations on Realization of Cluster Policy in the Constituent Entities of the RUSSIAN Federation (Ministry of Economic Development of Russia) from December 26, 2008 № 20615-AK/D19 [Electronic resource]. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW;n=113283> (date of access: November 21, 2014).

7. The INABA No. 1 – 2012. The Competitiveness of Domestic IT Companies (interactive materials research) [Electronic resource]. Moscow: Institute of sociology of the Russian Academy of Sciences, 2012. URL: [http://www.isras.ru/inab\\_2012\\_01](http://www.isras.ru/inab_2012_01) (accessed on 13.02.2014.); INAB No. 2. 2012.

The science cities in crisis (interactive materials research). Moscow: Institute of sociology of the Russian Academy of Sciences, 2012. URL: [http://www.isras.ru/inab\\_2012\\_02.html](http://www.isras.ru/inab_2012_02.html) (date of access: February 13, 2014.).

8. Gradoselskaya G.V. and Prosyanyuk D.V. Explication of "Umbrella Brands" as a Way of Detecting Latent Control Mechanisms in the Creation of Innovation Clusters. Sociology of Management: Basic and Applied Knowledge. Moscow: "Canon+" ROOI "Rehabilitation", 2014.

9. Bludova S. N. Regional Clusters as a Way of Management of Foreign Economic Complex of the Region. Vestnik SevKavgtu. 2004. №2(13). URL: <http://www.ncstu.ru> (date of access: December 10, 2014)

10. Georgieva H. H. the Possibility of Establishing Industry Clusters in the Region. Socio-economic and Innovative Development of the Region. Proceedings Of. sci.-practical. Conf. April 2006 in 2 volumes, Vol. I. Syzran: Samara State Technical. University, 2006.

11. Georgieva H. H. Methodical Aspects of Forming Industry Clusters in the Regional Economy. Contemporary Management: State, Problems and Development: Collected Articles of V International. sci.-method. Conf. Penza, 2006.

12. Egorov S.A. Industrial Cluster as a Developed Form of Cooperation in Production. Problems of Modern ECONOMICS. 2008. №3(27). URL: <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=26329> (date of access: February 13, 2014.).

13. JSC "Russian Venture Company" "Management SYSTEM for Asset Management Companies of Innovative Territorial Clusters of the Russian Federation. URL: [http://cluster.hse.ru/doc/management\\_companies\\_clusters.pdf](http://cluster.hse.ru/doc/management_companies_clusters.pdf) (date of access: February 13, 2014.).

УДК 316

DOI: 10.18413/2408-9338-2016-2-1-57-64

Фролова И.А.

**ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ  
МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА  
В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН**

аспирант ФГБОУ ВПО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»  
ул. Карла Маркса 68, г. Казань, 420115, Россия. Электронный адрес: zajceva\_frolova@mail.ru

**Аннотация.** В статье специфицируются механизмы государственной поддержки молодежного предпринимательства. Автором был проведен анализ мероприятий, проводимых в рамках поддержки молодежного предпринимательства на территории Республики Татарстан, а также был рассмотрен комплекс факторов, влияющих на молодежное предпринимательство в целом. В рамках статьи проведено аналитическое исследование нормативно-правовой базы, регулирующей молодежное предпринимательство. Целью исследования стало выяснение причинно-следственных связей, лежащих в основе государственного регулирования и поддержки предпринимательства как в России, так и в Республике Татарстан. На основе анализа мероприятий (форумов, конкурсов), проводимых в рамках поддержки молодежного предпринимательства на территории Республики Татарстан, был выявлен комплекс факторов, влияющих на молодежное предпринимательство. На основе анализа нормативно-правовых актов, регулирующих молодежное предпринимательство в Республике Татарстан, а также мероприятий, проводимых в рамках поддержки и развития данного вида деятельности, специфицированы особенности и механизмы государственной поддержки молодежного предпринимательства в Республике Татарстан.

**Ключевые слова:** государственная поддержка; государственное регулирование; молодежное предпринимательство.

Frolova I.A.

**FEATURES OF THE STATE SUPPORT OF YOUTH ENTREPRENEURSHIP  
IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN**

Graduate Student of Kazan National Research Technological University  
68 Karl Marks St., Kazan, 420115, Russia. E-mail: zajceva\_frolova@mail.ru

**Abstract.** The paper deals with analyzing of youth entrepreneurship. The author analyzed the activities carried out in support of youth entrepreneurship on the territory of the Republic of Tatarstan, as well as a set of factors that affect the youth entrepreneurship as a whole. The author carried out an analytical study of the legal and regulatory framework governing the youth entrepreneurship. The aim of the study was to identify causal relationships underlying the state regulation and support of business both in Russia and in the Republic of Tatarstan. Based on an analysis of events (forums, competitions) held under the support of youth entrepreneurship on the territory of the Republic of Tatarstan, there was identified a set of factors that influence youth entrepreneurship. Based on the analysis of legal acts regulating the youth entrepreneurship in the Republic of Tatarstan, as well as the activities carried out within the framework of support and development of this type of activity, the author specified characteristics and mechanisms of state support of youth entrepreneurship in the Republic of Tatarstan.

**Keywords:** government support; government regulation; youth entrepreneurship

Для стран с развивающейся экономикой характерна рыночная ориентация на расширение экономической базы. Успехи стабильность многих из этих стран зависит от быстрого экономического роста. Именно

предпринимательство играет ключевую роль в этом экономическом развитии [6].

Глобальный финансово-экономический кризис, начало которому положил кризис в финансовом секторе США в 2007-2008 гг.,

повлиял на все основные макроэкономические показатели затронутых им стран [4, 5].

В середине 2014 года Россию накрыла новая волна финансово-экономического кризиса, которая подорвала весь спектр российской экономики. Возникшие проблемы усугубили положение субъектов предпринимательской деятельности, в том числе и молодых предпринимателей.

Современная Россия заинтересована в развитии экономики, в новых идеях и проектах, особенно тех, благодаря которым модернизируется старое производство, создаются новые высокотехнологичные рабочие места. Сегодня Россия делает ставку на молодых людей, которые выросли в условиях новых экономических реформ [1] и воспринимают предпринимательскую деятельность, как основу материального благополучия и профессионального роста.

Молодые предприниматели являются активными участниками предпринимательской деятельности [2], быстро реагирующие на любые изменения в жизни, способные быстро адаптироваться к негативным факторам экономики. Молодежное предпринимательство играет главную роль в решении социально-экономических проблем, таких как создание новых рабочих мест и сокращение уровня безработицы, подготовка квалифицированных кадров. Расширение возможностей и усиление влияния молодежного предпринимательства обуславливает необходимость использования его потенциала. Именно молодежь является основной движущей силой малого и среднего бизнеса, в том числе инновационного, и играет главную роль в решении социально-экономических проблем [3].

Несмотря на важность развития молодежного предпринимательства, в современном российском законодательстве до сих пор отсутствуют такие понятия как «молодежное предпринимательство» или «субъект молодежного предпринимательства». Федеральные законы не выделяют молодых предпринимателей в отдельную категорию, предоставляя им поддержку на общих основаниях с другими субъектами малого предпринимательства. Между тем именно на молодых бизнесменов ложится основное бремя ответственности за будущее экономическое развитие страны.

Не существует также прямого запрета на выделение в региональном законодательстве этих терминов. На практике данные предприниматели

регистрируются как субъекты малого или среднего предпринимательства либо как индивидуальные предприниматели, но при этом имеют право на получение от субъектов РФ дополнительных мер поддержки (в соответствии с законодательством конкретного субъекта).

Отсутствие законодательно-регулирующей базы – не единственная проблема, с которой сталкиваются молодые предприниматели в нашей стране.

Ежегодно Россию покидают около трехсот человек в возрасте от 20 до 25 лет. Российское законодательство имеет ряд проблем, связанных с регулированием деятельности молодежного предпринимательства. На сегодняшний день слабо развита система региональной и муниципальной поддержки молодежного предпринимательства. Поэтому, важность всесторонней поддержки молодежного предпринимательства неоднократно подчеркивалась Президентом России, Председателем Правительства РФ, представителями политических партий и многими общественными деятелями.

Невзирая на экономический кризис, правительство Российской Федерации оказывает помощь в развитии молодежного предпринимательства, разрабатывая различные целевые программы. Данные программы направлены на обучение, консультации и выдачу субсидий молодым предпринимателям для развития собственного бизнеса.

С 2005 года Минэкономразвития России реализует специальную программу по предоставлению субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации в целях оказания государственной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства на региональном уровне. В настоящий момент программа реализуется в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 30 января 2014 года № 1605 «О предоставлении и распределении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства» и ежегодно издаваемыми приказами Минэкономразвития России.

В рамках программы средства целевым образом на конкурсной основе распределяются между регионами на реализацию мероприятий, предусмотренных региональными программами развития малого и среднего предпри-

нимательства, при условии софинансирования расходов со стороны региона. Такой подход позволяет в дополнение к средствам федерального бюджета привлекать финансовые средства регионов, а также стимулировать регионы к реализации более активной политики в сфере поддержки предпринимательской деятельности.

В рамках программы предусмотрены как прямые, так и непрямые меры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, в том числе: поддержка начинающих субъектов малого предпринимательства; поддержка и развитие молодежного предпринимательства;

В реализации программы задействованы все регионы страны, в том числе и Республика Татарстан, где проживают 3768,6 тыс. человек, из них 990,3 тыс. человек – молодые люди в возрасте от 14 до 30 лет. По данным Федеральной службы государственной статистики, молодежь в Татарстане составляет более 37 процентов от общего числа трудоспособного населения, а уровень ее экономической активности колеблется в районе 60 процентов. При этом занятыми являются 53 процента молодежи<sup>1</sup>.

Для вовлечения молодежи в предпринимательскую деятельность создаются различные условия поддержки молодежного предпринимательства. В последние несколько лет Республика Татарстан является разработчиком инновационных технологий. Это достигается на основе опережающего развития предпринимательства республики.

В соответствии с постановлением Правительства РФ был образован Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (далее – Фонд). Основными задачами Фонда являются: проведение государственной политики развития и поддержки малых предприятий в научно-технической сфере; оказание прямой финансовой, информационной и иной помощи малым инновационным предприятиям, реализующим проекты по разработке и освоению новых видов наукоемкой продукции и технологий на основе принадлежащей этим предприятиям интеллектуальной собственности.

В настоящее время Фонд реализует программы инновационного развития, которые направлены на создание новых и развитие

действующих высокотехнологических компаний, коммерциализацию результатов научно-технической деятельности, привлечение инвестиций в сферу малого инновационного предпринимательства, создание новых рабочих мест. Региональные представители Фонда активно работают в 68 регионах Российской Федерации.

При поддержке Фонда в Республике Татарстан, реализуется программа «Старт». Основными целями создания Программы являются: создание новых и поддержка существующих малых инновационных предприятий, стремящихся разработать и освоить производство нового товара, изделия, технологии или услуги с использованием результатов собственных научно-технических и технологических исследований, находящихся на начальной стадии развития и имеющих значительный потенциал коммерциализации<sup>2</sup>. В 2012 году в республике запущена программа «Умник», реализуемая в соответствии с решением Наблюдательного совета Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. Данная программа является единственной в стране массовой программой выявления и поддержки молодых ученых, стремящихся к самореализации через инновационную деятельность.

В рамках государственной программы «Экономическое развитие и инновационная экономика Республики Татарстан на 2014-2020 годы» в Республике Татарстан реализуется подпрограмма «Развитие малого и среднего предпринимательства Республики Татарстан на 2014-2016 годы». Мероприятия программы определяют приоритетные задачи, увязанные со стратегическими приоритетами развития республики. А именно: содействие технологическому перевооружению производства и повышению производительности труда субъектов малого и среднего предпринимательства в промышленности, а также создание условий для устойчивого развития малых форм хозяйствования в сельской местности; содействие внедрению технологий, необходимых для производства инновационной и конкурентоспособной продукции; повышение доступности финансовых ресурсов для субъектов малого и среднего предпринимательства<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Совет молодежных организаций Республики Татарстан. URL: <http://smo.tatarstan.ru> (дата обращения: 6.10.2015)

<sup>2</sup> Информационно-правовое обеспечение Гарант. URL: <http://base.garant.ru/12168685> (дата обращения: 6.10.2015)

<sup>3</sup> Региональные программы поддержки предпринимательства. URL: <http://www.smb.gov.ru> (дата обращения: 7.10.2015)

В июле 2012 года постановлением правительства Республики Татарстан была утверждена долгосрочная целевая программа «Молодежное предпринимательство в республике Татарстан на 2012-2016 годы». Среди ее мероприятий значится информационно-консультационная работа, конкурсы, бизнес-тренинги и конференции. На пять лет общее финансирование программы, включая федеральные и республиканские источники, составляет 181,1 млн. рублей<sup>1</sup>. Основной целью данной программы является создание условий для вовлечения молодежи в социально-экономическое развитие республики. Для этого в республике:

- развиваются системы информационного обеспечения молодежи в сфере предпринимательской деятельности (обеспечивается взаимодействие с муниципальными образованиями в сфере развития молодежного предпринимательства; развиваются системы информационного обеспечения молодежи в сфере предпринимательской деятельности; в средствах массовой информации, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» размещается информация о программе; создается раздел молодежного предпринимательства на портале [biz.tatarstan.ru](http://biz.tatarstan.ru) в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с дальнейшим его сопровождением; распространяется практика справочного консультирования молодежи, с последующим предоставлением информационных и консалтинговых услуг, разрабатываются печатные информационные продукты; внедряются механизмы оценки состояния сферы молодежного предпринимательства);

- формируется позитивный имидж и престиж предпринимательской деятельности (идет организация республиканского этапа всероссийского конкурса «Молодой предприниматель России», популяризируется в средствах массовой информации положительный образ молодого предпринимателя, распространяются информационные материалы о конкурсах бизнес-проектов, проводимых частными и государственными структурами в Республике Татарстан и Российской Федерации;

- разрабатываются и внедряются образовательные программы для предприимчивой

- молодежи (разрабатывается и внедряется обучающая программа для муниципальных служащих, работающих в сфере молодежного предпринимательства, стратегического планирования и мониторинга социально-экономического развития района, разрабатывается республиканская система дистанционного бизнес-образования, идет подготовка бизнес-тренеров по работе с предприимчивой молодежью в муниципальных образованиях Республики Татарстан, организовывается ежегодная конференция предприимчивой молодежи «Шаг вперед», проводятся тестирование, экспертная оценка и доработка бизнес-планов молодых людей, прошедших дистанционное обучение либо обучавшихся в бизнес-лагерях;

- осуществляется сопровождение начинающих молодых предпринимателей и продвижение бизнес-проектов молодежного предпринимательства (организовывается и проводится конкурсный отбор бизнес-проектов «Молодежное дело» в рамках ежегодного республиканского конкурса бизнес-проектов «Я – предприниматель», создается механизм целевого взаимодействия инвесторов и молодых предпринимателей Республики Татарстан, организовывается консультирование и юридическая поддержка начинающих молодых предпринимателей, в том числе по выходу на внешние рынки, проводятся семинары по охране труда для молодых предпринимателей, оказывается финансовая поддержка субъектам молодежного предпринимательства

Успешное выполнение мероприятий Программы позволит обеспечить:

- развитие кадрового потенциала; заинтересованность молодежи в социально-экономическом развитии республики и ее готовность участвовать в этом процессе;

- создание новых предприятий малого и среднего бизнеса;

- создание новых рабочих мест; увеличение объема прибыли инновационных предприятий;

- увеличение объема налоговых поступлений;

- снижение уровня социальной напряженности в молодежной среде; улучшение качества жизни населения

В целях поддержки начинающих предпринимателей Министерство экономики Республики Татарстан создало Фонд финансовой поддержки субъектов малого и среднего

<sup>1</sup>Департамент поддержки предпринимательства Республики Татарстан. URL: <http://www.smo.tatarstan.ru> (дата обращения: 4.10.2015)

предпринимательства республики для микрокредитования бизнеса и выдачи поручительств. «Фонд поддержки предпринимательства Республики Татарстан» предоставляет микрозаймы на любые обоснованные субъектами малого и среднего и организациями инфраструктуры цели, за исключением погашения просроченных налоговых платежей, просроченной кредиторской задолженности, просроченной задолженности перед работниками по заработной плате, погашения задолженности участникам (учредителям) по выплате доходов, выкупа долей участников (учредителей) в уставном капитале. Микрофинансирование осуществляется по договорам микрозайма на возвратно-платной основе, по процентной ставке не более 10% годовых.

В 2013 году Кабинетом Министров Республики Татарстан было разработано постановление от 15.01.2013 №10 «О создании государственного бюджетного учреждения «Центр поддержки предпринимательства Республики Татарстан» (далее Центр)<sup>1</sup>. Таким образом, было создано еще одно движение в поддержку малого и среднего бизнеса, что не мало важно в существующей конкурентной среде.

Предметом деятельности Центра является деятельность по оказанию услуг в сфере финансовой, консультационной и информационной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства. Основной целью деятельности Центра является осуществление государственных функций в области реализации программ финансовой поддержки и развития малого и среднего предпринимательства Республики Татарстан. Основным видом деятельности Центра является осуществление государственной функции в отношении субъектов малого и среднего предпринимательства. Центр предоставляет услуги субъектам малого и среднего предпринимательства по содействию эффективному ведению экономической деятельности. Молодые предприниматели могут получить консультационную и информационную поддержку, получить экспертизу пакета конкурсной документации, представленной субъектами малого и среднего предпринимательства на получение государственной поддержки. Помимо вышеуказанного, Центр осуществляет комплекс мероприятий по управлению проектами, проводит мониторинг деятельности субъектов малого и

среднего предпринимательства - получателей государственной поддержки, ведет реестр субъектов малого и среднего предпринимательства-получателей государственной поддержки, а также проводит консультирование и информирование молодых предпринимателей о деятельности по созданию и использованию баз данных и информационных ресурсов.

Согласно целевой федеральной программе «Начинающий фермер» в Республике Татарстан в 2012-2014 была реализована программа «Поддержка начинающих фермеров на 2012-2014 годы». Министерство сельского хозяйства РФ заявляет о продолжении этой программы в 2015-2017 годах. Данная программа направлена на предоставление помощи для развития молодых сельских специалистов в этой области, а также для открытия ими собственного дела.

В рамках реализации Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» Республика Татарстан направляет не менее 20% всех субсидий и целевого финансирования на следующие мероприятия поддержки малого и среднего предпринимательства, в том числе и на:

- финансирование Центра поддержки предпринимательства (это представители в районах помогают бизнесу - когда делом, когда советом), и выдача грантов начинающим предпринимателям в размере 300 - 600 тысяч рублей;

- финансирование Центра молодежного инновационного творчества (фактически творческие технологические и IT-кружки, место для выращивания будущих инженеров, интеллектуалов);

- финансирование программы «Молодежное предпринимательство».

При поддержке Инвестиционно-венчурного фонда Республики Татарстан и Академии наук Республики Татарстан ежегодно проводятся конкурсы «Пятьдесят лучших инновационных идей для Республики Татарстан»<sup>2</sup>. На конкурс принимаются проекты, ориентированные на решение проблем научно-технического, экономического, социального и гуманитарного развития Республики Татарстан. Организация и проведение Конкурса направлены на стимулирование инновационной деятельности;

<sup>1</sup>ТатГрант.ру. URL:<http://www.tatgrant.ru> (дата обращения: 4.10.2015)

<sup>2</sup>Конкурс «Пятьдесят лучших инновационных идей для Республики Татарстан». URL: <http://www.решение-верное.рф/ivf-idea-1000> (дата обращения: 6.10.2015)

пропаганду интеллектуальных достижений специалистов научно-технической сферы; содействие использованию интеллектуального потенциала регионов России, зарубежных стран в решении научно-технических и социально-экономических задач Республики Татарстан.

В 2006 году Инновационно-производственный Технопарк «Идея» совместно с Инвестиционно-венчурным фондом Республики Татарстан и Фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере организовали Программу развития инновационных проектов «Идея-1000». Целями Программы являются увеличение доли наукоемкого бизнеса в экономике республики, развитие приоритетных отраслей экономики республики в соответствии с Программой поддержки малого предпринимательства в РТ, совершенствование взаимодействия субъектов инновационной инфраструктуры республики.

Программа включает в себя все направления финансовой поддержки субъектов предпринимательства в научно-технической сфере, оказываемой на паритетной основе Венчурным Фондом совместно с Фондом содействия, иными государственными и негосударственными организациями Российской Федерации и зарубежных стран и проводится в номинациях: «Молодежный инновационный проект», «СТАРТ-I» и «СТАРТ-II».

С 2011 по 2015 годы в Республике Татарстан реализуется программа «Предпринимательский ликбез», организованная консалтинговой компанией «Верное решение». Программа предназначена для начинающих и опытных представителей малого и среднего бизнеса. Для поддержки молодежного предпринимательства, в рамках данной программы, был запущен Коучинговый проект «Шаг в бизнес», реализованный Советом молодежных объединений республики при поддержке Торгово-промышленной палаты РТ и компании «Верное решение». Проводятся вебинары «Основы бизнес планирования» для молодежи муниципальных районов республики, а также запущен курс «Управление инвестициями», транслирующийся по сети Интернет. Данные мероприятия предназначены для тех, кто намеревается стать предпринимателем, начинающих предпринимателей, делающих в бизнесе первые шаги и для действующих предпринимателей, развивающих свой бизнес.

Федеральным агентством по делам молодежи запущена программа «Ты – предприниматель».

Целью программы является стимулирование активности молодежи в сфере предпринимательства путем реализации в субъектах Российской Федерации действенной системы мер, направленной на вовлечение молодых людей в предпринимательскую деятельность. Реализация мероприятий программы проходит через органы власти регионов.

В Республике Татарстан Программа «Ты – предприниматель» реализуется с 2014 г. Цель программы – развитие молодежного предпринимательства в России.

Программа работает по трем основным направлениям:

1. Вовлечение молодежи в предпринимательство – создание системы мероприятий, сопровождающей молодых авторов перспективных предпринимательских идей на всем пути до этапа создания нового предприятия. Осуществляется путем проведения современной образовательной программы, включающей обучение всем необходимым предпринимательским навыкам.

2. Поддержка начинающих молодых предпринимателей на первых этапах хозяйственной деятельности предприятий – оказание консультационной, инвестиционной, инфраструктурной поддержки. Сопровождение молодых предпринимателей – выпускников программы, создание информационных ресурсов для молодых предпринимателей.

3. Поддержка успешных молодых предпринимателей – создание коммуникационных, консультационных площадок для успешных молодых предпринимателей. Такими площадками являются Ассоциация Молодых Предпринимателей Республики Татарстан; ежегодный конкурс «Молодой предприниматель России», выявляющий лучших молодых предпринимателей в разных номинациях; смена «Предпринимательство» на молодежном форуме «Селигер», осуществляющая не только образовательную функцию, но и коммуникационную<sup>1</sup>.

В Республике Татарстан будет продолжена реализация уже известных программ, а также ряд новых направлений. Например, «Субсидирование затрат на приобретение оборудования (для

<sup>1</sup>«Ты – предприниматель» Татарстан. URL: [http://vk.com/topic-67911665\\_29870725](http://vk.com/topic-67911665_29870725) (дата обращения: 16.10.2015)

резидентов промышленных площадок); «Субсидирование затрат, связанных с уплатой процентов по кредитам, привлеченным в российских кредитных организациях (для резидентов промышленных площадок)»; «Создание фонда финансовой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства».

Более 70% всех средств на поддержку будет направлено на создание и развитие объектов инфраструктуры:

1. Создание промышленных парков и площадок;

2. Создание и развитие объектов инновационной инфраструктуры (инжиниринговых центров, центров прототипирования и центра кластерного развития).

Республика продолжает наращивать инновационный потенциал. В 2014 году на «инновационной карте» Республики Татарстан появились несколько новых объектов инновационной инфраструктуры:

1. Региональный центр инжиниринга биотехнологий Республики Татарстан, целью которого является обеспечение инфраструктуры исследовательской и научной деятельности в сфере производства пищевых продуктов, кормов и кормовых добавок для использования ресурсной базы Российской Федерации.

2. Центр прототипирования и внедрения отечественной робототехники – инженерно-производственный комплекс, специализирующийся на разработке полной системы производства – от компьютерного проектирования, изготовления прототипов роботизированных комплексов и оборудования до последующего технологического оснащения (внедрения) на предприятия.

3. Центр цифровых технологий, деятельность которого связана с высокотехнологическим опытно-экспериментальным производством и организацией эффективного функционирования создаваемого центра в сфере цифровых технологий точного литья, трёхмерной печати, трёхмерного сканирования и сертификации продукции.

4. Камский центр кластерного развития субъектов малого и среднего предпринимательства, основными направлениями деятельности которого являются: разработка и реализация совместных кластерных проектов; проведение информационных кампаний по позиционированию и продвижению машиностроительного и IT кластеров в Камском районе Республики Татарстан; оказание услуг

субъектам малого и среднего бизнеса – участникам– кластеров).

Кроме новых объектов продолжают работу Центр поддержки предпринимательства, Центр координации экспортно-ориентированных малых и средних предприятий, бизнес-инкубаторы.

В рамках активной кампании по информационной поддержке молодежного предпринимательства и популяризации создания собственного бизнеса на регулярной основе проводятся мероприятия, в том числе в муниципальных образованиях Республики Татарстан, посвященные отдельным вопросам ведения предпринимательской деятельности и направленные на обсуждение актуальных вопросов в данной сфере, а также выработку совместных мер дальнейшего ее развития.

В целях обеспечения открытости проводимой в республике политики в сфере развития молодежного предпринимательства все заседания конкурсных комиссий (Экспертных советов) в рамках реализации мер государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства (гранты, субсидии) проводятся в режиме видеотрансляции в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Регулярно совместно с заинтересованными организациями проводятся мероприятия, направленные на информирование субъектов малого и среднего предпринимательства о действующих мерах государственной поддержки малого и среднего предпринимательства, а также изменениях законодательства в сфере предпринимательства. При этом информирование о проводимых мероприятиях проводится с использованием всех способов и средств связи, ориентированных на разные целевые группы [5].

Подводя итоги, можно сделать вывод, что именно молодежное предпринимательство является надежной опорой инновационных преобразований в экономике и социальной сфере республики, формируя устойчивое развитие малого и среднего бизнеса. Сегодня Республика Татарстан сохраняет лидирующие позиции в реализации мероприятий по поддержке и развитию малого и среднего предпринимательства.

Правительство Республики Татарстан проводит модернизацию, целью которой является создание современного общества, современной инфраструктуры, современного человека, объединение усилий населения, органов власти и бизнес-сообщества, что позволит Республике Татарстан конкурировать на международной

арене. Экономическая политика республики позволит решить задачу создания системы поддержки молодежного предпринимательства в Республике Татарстан, а это совокупность организационных структур регионального и местного уровней, объединенных едиными целями и задачами, организационно-правовыми отношениями, нормативной правовой базой и действующих на ее основании единых методических и функциональных подходов.

Таким образом, деятельность по формированию молодых предпринимателей как человеческого капитала социально-экономического развития Республики Татарстан заключается в поддержке развития положительных качеств молодых предпринимателей и снижении влияния на их профессиональное поведение негативных черт.

#### Литература

1. Фролова И.А. Молодые инноваторы: проблемы при организации и проведении научных исследований в российских вузах (аналитический обзор) // Риски в изменяющейся социальной реальности: проблема прогнозирования и управления. 2015. № 7. С. 672-678.

2. Карпунина М.А. Формирование молодежного предпринимательского сообщества как инструмент повышения предпринимательской активности в России // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 2. С. 75-84.

3. Фролова И.А. Проблемы подготовки молодых научных кадров для национальной экономики России // Вестник Казанского технологического университета. 2014. Т. 17. №16. С. 356-358.

4. Bosma N., Levie J. Global entrepreneurship monitor: 2009 Executive report. URL: [www.gemconsortium.org/docs/265/gem-2009-global-report](http://www.gemconsortium.org/docs/265/gem-2009-global-report) (дата обращения: 21.01.16).

5. Bosma N, Wennekers S, Amoros J: Global Entrepreneurship MonitorReport2011.Advanced: entrepreneurs and entrepreneurial employees world wide. URL: // [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org) (дата обращения: 10.02.2016)

6. Bruton GD, Ahlstrong D, Obloj K: Entrepreneurship in emerging economies: where are we today and where should the research go in the future // Entrepreneurship: Theory & Practice. 2008. № 12(1). Pp. 141-149.

#### References

1. Frolova I.A. Young Innovators: Issues in Organizing and Conducting Scientific Research in Russian Universities (Analytical Review). The Risks in a Changing Social Reality: the Problem of Prediction and Control. 2015. No. 7. Pp. 672-678.

2. Karpunina M.A. Formation of Youth Business Community as a Tool to Enhance Entrepreneurial Activity in Russia. Modern Problems of Science and Education. 2014. No. 2. Pp. 75-84.

3. Frolova I.A. The Problem of Training Young Scientific Personnel for the National Economy of Russia. Bulletin of the Kazan Technological UNIVERSITY. 2014. T. 17. No. 16. P. 356-358.

4. Bosma N., Levie J. Global Entrepreneurship Monitor: 2009 Executive Report. URL: [www.gemconsortium.org/docs/265/gem-2009-global-report](http://www.gemconsortium.org/docs/265/gem-2009-global-report) (date of access: January 21, 16).

5. Bosma N, Wennekers S, Amoros J: Global Entrepreneurship MonitorReport2011.Advanced: entrepreneurs and entrepreneurial employees world wide. URL: // [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org) (date of access: February 10, 2016)

6. Bruton GD, Ahlstrong D, Obloj K: Entrepreneurship in emerging economies: where are we today and where should the research go in the future // Entrepreneurship: Theory & Practice. 2008. № 12(1). Pp. 141-149.

**СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА, СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И ПРОЦЕССЫ  
SOCIAL STRUCTURE, SOCIAL INSTITUTES AND PROCESSES**

УДК 316.4

DOI: 10.18413/2408-9338-2016-2-1-65-69

Жуков П.В.

**ЭКОТУРИЗМ КАК ПОДСИСТЕМА СОЦИАЛЬНОГО ИНСТИТУТА  
ТУРИЗМА**

ст. преподаватель, генеральный директор «Центра детско-юношеского туризма ООО «Терра»»  
Санкт-Петербургский государственный экономический университет. ул. Садовая, д. 21, Санкт-Петербург, 191023,  
Россия. E-mail: spb1979@yandex.ru

**Аннотация.** В научной статье содержатся результаты исследований экотуризма с точки зрения системного подхода. В результате проведенного исследования автором сформулированы определения: туризма как социального института и экотуризма как его подсистемы. Также выделены субъектные носители социальных отношений, и выделены социальные, экономические и социокультурные функции. Проведена работа по упорядочиванию, описанию и формулированию функций экотуризма и его тенденций. В статье сделан вывод о перспективности и необходимости развития экотуризма как целостной подсистемы социального института туризма.

**Ключевые слова:** социальная система; экотуризм; подсистема туризма; институт туризма.

Zhukov P. V.

**ECOTOURISM AS A SUBSYSTEM OF THE SOCIAL INSTITUTE  
OF TOURISM**

Senior Lecturer. Saint-Petersburg State University of Economics, General Director of «Center for Youth Tourism «Terra» LTD». 21 Sadovaya St., St. Petersburg, 191023, Russia. E-mail: spb1979@yandex.ru

**Abstract.** The article contains the results of research into ecotourism from the point of view of a system approach. As a result of this study the author formulated the definition: tourism as a social institution and ecotourism as its subsystem. Besides, the author highlighted the subjective carriers of social relations, and social, economic and cultural functions. The author carried out the work of arrangement, description and formulation of the functions of ecotourism and its trends. In the article, there is a conclusion about the availability and necessity of development of ecotourism as an integrated subsystem of the social institute of tourism.

**Keywords:** social system; ecotourism; subsystem tourism; tourism Institute.

Порождение социальных институтов – это результат сознательного отношения людей к общественным явлениям и реализации потребностей социальной практики. Именно этот аспект подчеркнут в определении понятия «социальный институт», который можно представить и как «объединение людей, выполняющих специфические функции по удовлетворению общих потребностей», общих интересов [1, с. 68].

Под социальным институтом, кроме того, подразумевают относительно стабильную и интегрированную совокупность символов, верований, ценностей, норм, ролей и статусов, которая управляет конкретной сферой социальной жизни: это семья, религия,

образование, экономика, управление. Если суммировать все множество подходов, то их можно разделить на следующие. Социальный институт представляет собой:

- ролевую систему, в которую включены также нормы и статусы;
- совокупность обычаев, традиций и правил поведения;
- формальную и неформальную организацию;
- совокупность норм и учреждений, регулирующих определенную сферу общественных отношений;
- обособленный комплекс социальных действий.

Понимая социальные институты как совокупность норм и механизмов, регулирующих определенную сферу общественных отношений (семья, производство, государство, образование, религия), социологи углубили представление о них как о базовых элементах, на которых покоится общество [2, с. 438].

По мнению же С.С. Фролова, правильнее говорить не об элементах, входящих в структуру института, а об институциональных признаках, т.е. общих для всех институтов чертах и свойствах. Таковых пять: 1) установки и образцы поведения (например, привязанность, лояльность, ответственность и уважение в семье, послушание, лояльность и субординация в государстве); 2) символические культурные признаки (обручальное кольцо, флаг, герб, крест, иконы и др.); 3) утилитарные культурные черты (дом для семьи, общественные здания для государства, магазины и фабрики для производства, учебные классы и библиотеки для образования, храмы для религии); 4) устный и письменный кодексы (запреты, правовые гарантии, законы, правила); 5) идеология (романтическая любовь в семье, демократизм в государстве, свобода торговли в экономике, академические свободы в образовании, православие или католицизм в религии) [3, с. 438].

По мнению автора, социальный институт – это социальная система, и в тоже время, подсистема общества, которая создана и функционирует для удовлетворения социальных потребностей.

Расширение предметной области исследований туризма, включение в нее широкого спектра социальных отношений и взаимодействий дает возможность выделить сферу туризма в самостоятельный системный объект общества, имеющий собственные закономерности развития, институциональные признаки и организационную структуру [4, с. 73].

Туризм обеспечивает сохранение и развитие культурного потенциала общества, способствует решению экологических задач, проблем занятости, образования и медицинского обслуживания, повышению уровня жизни населения, внедрению новых средств распространения информации и многому другому.

Туризм, развиваясь от первоначальной практики освоения социального пространства к практике удовлетворения социальных потребностей в отдыхе, рекреации, коммуникации, восстановления физических сил для дальнейшего труда (традиционным практикам туризма), продолжает

функционировать в современном мире как отдельная социальная система, имеющая туориентированную социальную структуру, узкоспециализированные и общественно-нормативные экспектации, выражающиеся в актуализации потребностей и «мире символических вещей» [5, с. 9].

По мнению автора, туризм – это социальная система, состоящая из различных компонентов образующих подсистемы. Таким компонентами могут быть инфраструктура, нормативно-правовая база, система продвижения услуг туризма и др., а в комплексе, в зависимости от целей, такие компоненты составляют различные подсистемы туризма. Подсистемы в зависимости от целей могут быть: экологическими, культурно-познавательными, приключенческими и другими, которые также называют видами туризма

Будучи социальной системой, туризм выступает одним из крупнейших, высокодоходных, и динамично развивающихся социальных институтов современного мира. В то же время, туристическая деятельность является одним из факторов, способствующих деградации окружающей среды, разрушения природных экосистем и ландшафтов. По мере увеличения темпов туристских потоков возрастает антропогенная нагрузка.

Эти отрицательные последствия развития туризма ставят на повестку дня вопрос о перспективах развития института туризма с учетом принципов устойчивого развития и сохранения природной среды, культурного наследия поселений и местных сообществ.

Как ответ на эти негативные последствия от массового туризма, в 1980-х гг. XX века в развитых странах стал формироваться новый вид туризма – экологический туризм.

Экотуризм как подсистема социального института туризма, представляет собой социальное образование, в котором развиваются социальные отношения и взаимодействия с участием субъектных носителей социальных отношений (экотуристы, турфирмы, особо охраняемые природные территории (далее ООПТ)); он выполняет различные социальные функции в обществе и удовлетворяет индивидуальные социально-экологические потребности.

На настоящем этапе развития в экологическом туризме идут процессы институционализации, т.е. формируются признаки, которые характеризуют экотуризм как самостоятельную подсистему туризма:

- развиваются социальные отношения и взаимодействия;

- выделяются субъектные носители социальных отношений – экотуристы, представители туристской индустрии и ООПТ;

- осуществляется продвижение ценностей экотуризма в обществе;

- происходит постепенная интеграция российского экотуризма в структуру международных туристских организаций и объединений [6, с. 9].

Но многие важные элементы экотуризма являются пока еще институционально незавершенными:

- недостаточно разработана правовая база;
- существующий статистический учет не позволяет оценить вклад экотуризма в социально-экономическую сферу региона;

- недостаточный уровень подготовки туристических кадров в сфере экотуризма;

- развитие экотуризма не сопровождается адекватной его задачам системой экологического просвещения и воспитания участников экотуров;

Важной проблемой формирования экотуризма как подсистемы социального института туризма является разработка терминологического аппарата.

Свое социальное назначение экотуризм как подсистема социального института туризма реализует в рамках соответствующего распределения функций между людьми, включенными в его деятельность, социальных ролей на основе упорядочения, в соответствии с организацией и управлением.

Формируясь как подсистема туризма, экологический туризм выполняет следующие функции:

#### I. Социальную.

1.1. Экологическое образование, которое является важным звеном, дополняющим базовые, теоретические знания в области охраны природы.

1.2. Экологическое просвещение – это обязательный процесс усвоения знаний экологического характера на протяжении всей жизни человека. Функция экопросвещения помогает восстановить частично потерянную связь с природой.

1.3. Воспитательную – воспроизводство и усвоении экологических ценностей и проэкологических моделей поведения.

1.4. Рекреационную (оздоровительная, ликвидация утомления) – важнейшая функция

досуга, восстановление физического и духовного равновесия.

1.5. Реабилитационную – помогает восстановить ослабленное здоровье за счет благотворного влияния природно-эстетического фактора.

1.6. Экологической пропаганды – одна из важнейших функций, которая пропагандирует устойчивое развитие и обращает внимание экотуристов на экологические проблемы региона.

1.7. Эстетическую и аттрактивную – помогают понять красоту окружающего мира и формируют экологическое сознание.

#### II. Экономическую

2.1. Основное предназначение сводится к производству и продвижению на потребительский рынок туруслуг, выступающих средством удовлетворения рыночного спроса, т.е. достижения своей внешней цели.

Полученные средства от экологического туризма могут быть направлены на восстановление и сохранение экосистем, в том числе и за счет уплаты налогов в федеральный и муниципальные бюджеты;

Важным фактором, обуславливающим успешную реализацию экономической функции, является получение прибыли как важнейшего средства стимулирования экономического развития турфирм и ООПТ и повышения благосостояния их работников. Именно прибыль, полученная вследствие реализации услуг экотуризма, является основным источником финансовых ресурсов турфирм и ООПТ, т.е. прибыль является внутренней целью предприятий.

2.2. Турфирмы должны решать такие задачи, как:

- проведение маркетинговых исследований;
- организация рекламных кампаний, презентаций, пропаганды экотуризма.

- повышение качества туруслуг, пользующихся рыночным спросом;

- обеспечение безопасности для экотуристов, предоставление им исчерпывающей информации об ограничениях, которые существуют на ООПТ;

- подготовка и повышение квалификации профессиональных кадров экотуризма;

- развитие систем оплаты и стимулирования труда сотрудников турфирм;

- организация специализированных туроператоров для качественного развития экотуризма;

- разработка планов и стратегии деятельности турфирм.

2.3. ООПТ решают такие задачи, как:

- улучшение инфраструктуры ООПТ – создание экологических троп, музеев природы, визит-центров, жилых комплексов, закупки инвентаря и т.д.;

- поддержание определенного экологического уровня, создания методик для просчета предельно допустимой антропогенной нагрузки;

- организация рекламных и PR-мероприятий для привлечения внимания к проблемам ООПТ со стороны общественности и властных структур, а также для привлечения новых инвестиций;

- вовлечение местных жителей в производственную сферу, связанную с обеспечением экотуров;

Многие ООПТ находятся вдали от промышленных центров, в наиболее красивых и живописных местах, где местные жители зачастую живут только за счет ведения собственного хозяйства. Развитие ООПТ должно привлечь к работе местное население, которое хорошо знает территорию и может помочь в работе специалистам ООПТ в качестве гидов, принимать туристов в своих домах, обеспечивать продуктами питания, помогать в сохранении и защите ООПТ, а также изготавливать различные сувениры, востребованные туристами. Возможно и создание «туристических деревень» для ознакомления туристов с бытом местных жителей и привлечение их в качестве участников на различные фольклорные мероприятия.

### III. Социокультурную

3.1. Транслирование местных традиций, обычаев, которое предполагает синхронное существование поколений.

3.2. Бережное отношение к культуре местного населения.

3.3. Рост межкультурного взаимопонимания.

3.4. Сохранение этнографического статуса рекреационной территории [7, с. 10].

Развитие экотуризма на ООПТ может способствовать развитию самих парков, обеспечению работой местного населения, приносить прибыль в бюджет региона, предоставлять возможности для полноценного отдыха на природе, обогащать экологическими знаниями, способствовать формированию экологического сознания и экологической культуры туристов.

Экологический туризм выступает активной формой экологического образования и вовлечения населения в проэкологические практики; он является индикатором повышения культурного уровня взаимодействия общества и окружающей среды, способствует выработке этических норм поведения в природной среде.

Отчасти от развития экотуризма и системы ООПТ будет зависеть вектор развития экологической ситуации в стране, который на данный момент нельзя оценить положительно.

В процессе развития экологического туризма как подсистемы социального института туризма можно выделить несколько позитивных тенденций:

- Экотуризм становится разнообразным с появлением значительного количества его направлений.

- Возрастает степень интеграции экотуризма с другими направлениями туристской деятельности, что приводит к возникновению новых видов и форм туризма.

- Выход экотуризма за пределы ООПТ на пространство культурных ландшафтов.

- В развитии массового туризма наблюдается тенденция внедрения экологических, природоохранных и просветительских компонентов в различные элементы тура. Следовательно, массовый туризм приобретает элементы экологического.

- Отмечается процесс роста сектора экологического туризма на рынке внутреннего и въездного туризма.

- Наблюдается процесс увеличения числа турфирм, специализирующихся на организации экотуров. Следует отметить и тот факт, что многие ООПТ (в основном национальные парки) обзавелись своими турфирмами и проводят активное позиционирование своего турпродукта.

- Расширяется спектр предложений от крупных туроператоров по программам «активного отдыха» как внутри страны, так и за рубежом, спрос на такие услуги постоянно растет и диверсифицируется.

- Отчетливо проявляется возрастающая активность туристских предприятий и властей в регионах, в том числе в тех, где прежде природно-ориентированный туризм не имел широкого развития, а также там, где создаются новые ООПТ [8, с. 36].

В современных экономических условиях в России развитие экотуризма имеет ряд дополнительных преимуществ с точки зрения сохранения природных комплексов. Экотуризм является

одним из весьма немногих (а в некоторых случаях и единственно возможным) видом экономической деятельности национальных парков, созвучным их основным задачам деятельности. Российская и зарубежная практика свидетельствует, что во многих случаях, когда возможность развивать экотуризм не используется, эту «экологическую нишу» неизбежно занимают другие, более разрушительные для ООПТ виды природопользования.

#### Литература

1. Давыдов А.А. Системная социология. М.: КомКнига, 2006. С. 68.
2. Добренков В.И., Кравченко А.И. Социология. М.: ИНФРА-М, 2001. С. 438.
3. Там же. С. 438
4. Осауленко А.П. Туризм как социальный институт: автореф. дис. ... д-ра соц. наук. М., 2003. 50 с.
5. Иванова Т.П. Трансформация социального института туризма в России: автореф. дис. ... канд. соц. наук. Саратов, 2011. 15 с.
6. Осауленко А.П. Туризм как социальный институт: автореф. дис. ... д-ра соц. наук. М., 2003. С. 9.
7. Семенова З.А. Формирование стратегии развития экологического туризма в Российской Федерации: автореф. дис. канд. эконом. наук. Санкт-Петербург, 2005. 31 с.

8. Дроздов А.В. Экотуризм: определения, принципы, признаки, формы // Актуальные проблемы туризма – 99. Перспективы развития туризма в южном Подмоскowie. Сборник докладов и тезисов сообщений научно-практической конференции. М., 1999. С. 32-41.

#### References

1. Davydov A. A. Systematic Sociology. Moscow: Komkniga, 2006. P. 68.
2. Dobrenkov V.I. Kravchenko A.I. Sociology. Moscow: INFRA-M, 2001. P. 438.
3. Dobrenkov V.I. Kravchenko A.I. Sociology. Moscow: INFRA-M, 2001. P. 438.
4. Osaulenko A.P. Tourism as a Social Institution : author. dis. ... d-RA SOC. Sciences. Moscow, 2003. 50 p.
5. Ivanova T.P. The Social Transformation of the Institute of Tourism in Russia: abstract. dis. ... candidate. SOC. Sciences. Saratov, 2011. 15 p.
6. Osaulenko A. P. Tourism as a Social Institution :author. dis. ... d-RA SOC. Sciences. Moscow, 2003. P. 9.
7. Semenova Z.A. Formation of Strategy of Development of Ecological Tourism in the RUSSIAN Federation: author. dis. Ph. D. St. Petersburg, 2005. 31 p.
8. Drozdov V.A. Ecotourism: Definitions, Principles, Characteristics, of the Form // Current Problems of Tourism – 99. Prospects of Tourism Development in the Southern Suburbs. A Collection of Reports and Theses Messages of Scientifically-practical Conference. Moscow, 1999. Pp. 32-41.

УДК 316.7

DOI: 10.18413/2408-9338-2016-2-1-70-82

Маркина И.В.

СЕМЕЙНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В РЕЛЯЦИОННОЙ СОЦИОЛОГИИ  
ПЬЕРПАОЛО ДОНАТИ

1) научный сотрудник. Православный Свято-Тихоновский гуманитарный университет  
ул. Новокузнецкая, д. 23, строение 5а, Москва, 115184, Россия. Электронный адрес: ivkozmina@ya.ru

**Аннотация.** Данная статья представляет собой обзор теории семейных отношений в рамках реляционной социологии, созданной в конце прошлого века итальянским философом и социологом Пьерпаоло Донати (род. 1946). Семейные отношения рассматриваются как база, необходимая для развития личности. В основе семьи, в свою очередь, лежит, согласно теории Донати, так называемый «геном пары» – совокупность своего рода «генов», необходимых для выстраивания полноценных семейных отношений. Это некий идеал, не имеющий каких-либо универсальных воплощений; он не может быть отождествлен с конкретным историческим образом семьи. Это относится и к так называемой традиционной семье, идеализацию которой Донати и его единомышленники отрицают. В то же время в зависимости от того, все ли и какие элементы генома реализуются в отдельной семье, Донати предлагает разграничивать использование этого слова в собственном и несобственном (переносном) смысле. Цель реляционной социологии семьи заключается в том, чтобы привести семью в собственном смысле этого слова к осознанному, рефлексивному созиданию отношений с учетом их главной задачи – формирования личности.

**Ключевые слова:** семейные отношения; реляционная социология; социальные отношения.

Markina I.V.

FAMILY RELATIONS IN THE RELATIONAL SOCIOLOGY BY  
PIERPAOLO DONATI

Research Fellow. St. Tikhon's Orthodox University. 23-5A Novokuznetskaya St., Moscow, 115184, Russia  
E-mail: ivkozmina@ya.ru

**Abstract.** This article provides an overview of the family relations theory in the framework of relational sociology, constructed at the end of the last century by an Italian philosopher and sociologist Pierpaolo Donati (born 1946). Family relations are considered as the foundation necessary for personality development. According to Donati's theory, the basis of the family, in turn, is the so-called «couple genome» – a set of a kind of «genes» needed to construct full value family relations. It is a kind of ideal that does not have any universal embodiment; it cannot be associated with a particular historical family form. This also applies to the so-called traditional family, idealization of which Donati and his adherents deny. At the same time, Donati proposes to distinguish between the literal and figurative use of the word depending on which the genome elements are represented in a particular family. The purpose of relational sociology of the family is to bring the family in the true sense of the word to the conscious, reflective creation of relations based on its primary task – the personality formation.

**Keywords:** family relations; relational sociology; social relations

Реляционная теория общества (реляционная социология) была сформулирована итальянским социологом Пьерпаоло Донати (род. 1946) в начале 1980-х гг. Сегодня Донати является профессором Болонского университета, экс-президентом Итальянской ассоциации социологов, основателем CIRIS (Межуниверситетский центр социологических исследований, Италия), членом Папской академии общественных наук и автором порядка

600 публикаций; управляет Национальной обсерваторией по делам семьи (Италия). С 2000 по 2005 входил в Совет Международного Института Социологии<sup>1</sup>.

Манифестом реляционной теории общества стала работа Донати «Введение в реляционную социологию» (Introduzione alla sociologia relazionale. Milano. 1983). Целью создания теории

<sup>1</sup> Board dell'International Institute of Sociology.

был поиск новых эффективных инструментов для преобразования переживающего кризис европейского общества, которые, по мнению автора, не могли быть найдены в рамках уже существующих социологических теорий [4, р. 1].

Реляционная социология рассматривается как новая *парадигма*, существующая на мета-теоретическом уровне, то есть как «нечто значительно более широкое и обобщенное, чем теория» [15, р. 1], как специфическая картина мира. Парадигма Донати призвана преодолеть оппозицию двух основных парадигм, возникших ранее – «парадигмы структуры» и «парадигмы действия». Создателем первой может считаться Э. Дюркгейм, второй – М. Вебер. В этом смысле Донати может быть поставлен в один ряд с такими авторами, как Т. Парсонс, Дж. Александер, Э. Гидденс, Ю. Хабермас и др., то есть теми, кто также пытался преодолеть или сгладить противоречие основных социологических парадигм [15, р. 6].

Основной тезис Донати – «общество есть реляция»<sup>1</sup> [5, р. 1]. В отличие от других авторов, рассматривающих общественные отношения (в том числе тех, кто прямо называет свой подход реляционным, например, М. Эмирбасейера), Донати говорит об особом онтологическом статусе этих отношений. Реляция – эмергентный феномен, который возникает между взаимодействующими субъектами и лишь отчасти зависит от каждого из них, отчасти же предстает как нечто третье, как особая реальность *sui generis* [4, р. 7].

Реляционная парадигма Донати получила применение и развитие в трудах целого ряда итальянских авторов. Наибольшее значение имеют работы Джованны Росси<sup>2</sup>, Евгении Скабини<sup>3</sup> и некоторых других. Авторами были затронуты практически все основные сферы социальной жизни, а именно проблемы молодежи, здравоохранения, занятости, третьего сектора, социальной политики и т.д. Наибольшее внимание, однако, уделяется вопросам семьи как источника любых других социальных отношений.

В данном обзоре мы подробно остановимся на теории семейных отношений в рамках реляционной социологии. В первую очередь мы рассмотрим так называемый «геном пары», представляющий собой совокупность условий –

своего рода генов, необходимых для развития подлинно семейных отношений. Отметим, что этот геном не имеет неких «стандартных» соответствий на практике, присутствуя в основе каждой реальной семьи в большей или меньшей степени и реализуясь различными способами. Его ни в коем случае не следует отождествлять с каким-либо «идеалом» семьи в прошлом, в том числе с так называемой «традиционной семьей», как положительные, так отрицательные стороны которой вполне осознаются авторами. Пафос Донати и его единомышленников состоит не в стремлении вернуть семью в средневековые условия, а в призыве к осознанному выстраиванию семейных отношений таким образом, чтобы они в наибольшей мере служили полноценному развитию и становлению человеческой личности.

Аналогичное значение имеет термин «матрица», используемый в работах Е. Скабини и других авторов: это своего рода ДНК, набор элементов, заложенных в самой природе семейных отношений. В отличие от генома пары, матрица Скабини представляет собой результат рассмотрения предмета под несколько иным углом, касаясь, прежде всего, психологического уровня отношений.

Далее мы определим роль переходных периодов в жизни семьи, а также затронем такой болезненный для современного Запада (и в силу этого подробно рассматриваемый в работах Донати) вопрос, как значение гендера и пола в семейных отношениях. После этого речь пойдет о значении семейных отношений в собственном смысле слова (см. ниже) для общества и личности, а также об условиях, при которых это значение реализуется.

1. Семейные отношения в собственном смысле слова. Геном пары

Донати и социологи, использующие его парадигму, ставят перед собой задачу доказать, что семья является «институтом будущего», а не «институтом прошлого» [10, р. 7], что будущее общества определяется будущим семьи. Чтобы показать, в чем именно заключается ценность семьи для общества, прежде всего, следует ответить на вопрос, который может быть сформулирован следующим образом: является ли семья объектом, «который мы можем модифицировать в соответствии с нашими чувствами, эмоциями и желаниями, или это реальность, которая имеет свою собственную форму, структура *sui generis*» [10, р. 7], иными словами, можно ли выделить семью как

<sup>1</sup> Как «реляция» или «отношение» здесь и далее переводится ит. «relazione» и англ. «relation».

<sup>2</sup> См. [http://docenti.unicatt.it/ita/giovanna\\_rossi/](http://docenti.unicatt.it/ita/giovanna_rossi/).

<sup>3</sup> См. [http://docenti.unicatt.it/ita/eugenia\\_scabini/](http://docenti.unicatt.it/ita/eugenia_scabini/).

конкретный социальный феномен, обладающий набором строго определенных характеристик.

Этот вопрос, утверждает Донати, приобретает особую актуальность в условиях современного европейского общества, находящегося в ситуации «так называемой “плюрализации форм семьи”» [10, р. 19], в ситуации морфогенеза, то есть образования новых квазисемейных социальных форм, когда название семьи может быть присвоено любому более или менее стабильному сожителю, любому «объединению индивидов, более или менее случайному» [8, р. 1], на основе исключительно собственной декларации. Настоящее положение оценивается двояко, отмечает Донати. С одной стороны, оно может восприниматься как позитивный результат эволюционного процесса, отвечающий новым потребностям общества. С другой стороны, в нем можно видеть признак упадка, деградации общества. Странники каждой из этих точек зрения ссылаются в полемике на «модель “традиционной семьи”» [10, р. 21], которую, как правило, воспринимают как семью, где мужчина доминирует над женщиной, старшее поколение – над младшим, и в зависимости от собственной позиции оценивают положительно или отрицательно. Донати указывает, что эту модель нельзя отождествить с какой-либо конкретной исторической формой. Она представляет собой скорее некий универсальный паттерн, так или иначе присутствующий в каждом обществе, паттерн, к которому нельзя применять схемы эволюционной теории Дарвина. Сегодня, однако, само существование универсальной модели ставится под сомнение [10, р. 21-21], так что становится возможной декларация смерти семьи как социального феномена.

Критически воспринимая описанную выше «традиционную» семью, Донати предлагает свой вариант архетипической модели, подразумевающий стабильные отношения состоящих в браке мужчины и женщины, ориентированные на рождение и воспитание детей – такую семью Донати определяет как «нормально-организованную» (*famiglia normo-costituita*) [9, р. 11].

Он замечает, что возникающие в современном обществе новые «семьи» представляют собой «вариации на тему» [10, р. 30], продукты упрощения или разрушения этой модели. Нуклеарная семья распадается на более узкие типы отношений (ребенок и родитель, бездетная пара и т.д.), которые претендуют на

признание их в качестве семьи [10, р. 28]. То, что раньше воспринималось как неполная семья (например, одинокий родитель с ребенком после смерти супруга/супруги), сегодня стремится стать нормой (одинокий родитель с ребенком, рожденным «для себя»).

Говоря о семье, Донати предлагает провести границу между использованием этого слова в собственном и несобственном (аналогическом, метафорическом) смысле. Семей по аналогии может быть названо сожителем без регистрации брака; семей в метафорическом смысле принято называть группу людей, объединенных взаимным расположением и взаимными связями (пример – монашеская община) [10, р. 23].

Семья в собственном смысле в рамках реляционной парадигмы определяется авторами как «особая и уникальная организация, которая связывает и удерживает вместе первичные и фундаментальные различия между людьми, такие как различие между полами (мужским и женским), между поколениями (родители и дети) и между родами (или родословными, материнской и отцовской) и имеет как цель и присущий ей замысел генеративность» [14, р. 45]. В свою очередь, семейные отношения определяются как отношения «полной взаимности между полами и между поколениями» [8, р. 17].

Опираясь на такое понимание, Донати выделяет четыре элемента, лежащие в основе генома семейных отношений: сексуальность пары, генеративность (желание и стремление передать жизнь), норма взаимности, дар (безвозмездность). Эти элементы, организованные по принципу AGIL, где сексуальность соответствует *adaptation*, генеративность – *goal-attainment*, взаимность – *integration*, а дар – *latency*, образует «геном семьи» [10, р. 33] или «социальный геном пары» [6, р. 16]. Иными словами, семейные отношения это взаимосвязь дара, взаимности, генеративности, сексуальности, определяемой как супружеская любовь [12, р. 58].

От всех прочих социальных (то есть не сводимых к физическим или психологическим) отношений они отличаются следующими характеристиками. Их оригинальность, специфичность заключается в том, что они основаны на различиях между полами и поколениями. Также они являются самопроизводными, поскольку не могут быть объяснены ни индивидуальными

(психологическими), ни коллективными (например, экономическими) факторами, и *первичными* с точки зрения как фило-, так и онтогенеза [10, р. 30-32]. Только «в семье субъекты связаны между собой как личности, в полноте и уникальности их бытия, помимо ролей, которые они играют» [14, р. 47]; «семья, фактически, является и остается единственным местом в обществе, в котором личность рассматривается в своей *полноте*» [10, р. 188]. В силу этого семейные отношения являются уникальными и не имеют адекватных аналогов. Как и любые другие социальные отношения, они не могут наблюдаться непосредственно, но идентифицируются с определенным символическим кодом. Таким кодом Донати называет «любовь в перспективе генеративности» [10, р. 32].

В узком смысле семейные отношения подразумевают два уровня – супружеские и детско-родительские; при более широком рассмотрении выделяются следующие уровни, тесно связанные между собой: отношения между супругами, родителями и детьми, между братьями, между поколениями и между семьей и обществом [14, р. 50].

Формализация структуры генома приводит к возникновению института семьи. На практике могут быть реализованы как все элементы генома, так и только их часть, связи между ними могут быть более или менее сильными, однако только этот геном делает семейные отношения таковыми в собственном смысле слова. Наличие или отсутствие структуры генома дает возможность провести границу между семьей и такими социальными формами, которые ею не являются. Так, например, мать-одиночка и ребенок могут рассматриваться как семья, целостность которой разрушена уходом отца; также может рассматриваться как семья бездетная пара, желающая иметь детей; но семьей в собственном смысле слова не может быть названа, например, гомосексуальная пара, так как она в принципе отрицает возможность рождения ребенка, или, по той же причине, гетеросексуальная пара, сознательно отказывающаяся от рождения [9, р. 56].

Нежелание (в частности, в политической сфере) проводить подобное разграничение и готовность признать семьей все формы сожителства, так себя декларирующие, связана, по мнению Донати, прежде всего с тем, что любая попытка дифференциации воспринимается как дискриминация. «Часто *все* проведения различий (например, союзов гетеро- и гомосексуальных) рассматривают как дискриминацию, вплоть до отрицания основных человеческих прав

индивида, тогда как речь идет о качестве отношений между индивидами. Таким образом, признание семей де-факто (как множества), узаконенное на базе принципа равенства человеческого достоинства, вызывает обратный эффект: неразличение социальных отношений, присущих семье, и поэтому потерю *proprium* этих отношений» [10, р. 53].

Значение термина «отношения», «реляция» авторы поясняют через противопоставление с «взаимодействием» (*interazione*). Взаимодействие «наблюдается здесь и сейчас» [14, р. 48], непосредственно, относится к повседневной жизни семьи, представляя собой последовательность отдельных действий. Реляция, включающая два упомянутых выше компонента, *religo* (связь) и *refero* (смысловая отсылка), находится на более глубоком уровне и связывает между собой членов семьи, в том числе без осознания ими этой связи [14, р. 49]. Донати определяет семейные отношения как отношения «*полной взаимности между полами и между поколениями*» [8, р. 17].

2. Генеративность как свойство семейных отношений. Символическая матрица семейных отношений

*Генеративность* (*generatività*) имеет в этом контексте более глубокий смысл, чем простое продолжение рода, прежде всего, постольку, поскольку бытие человеческой личности, рождающейся, формирующейся и развивающейся в семье, отличается от бытия животного; семья не просто дает жизнь новому человеческому существу, но и очеловечивает его [8, р. 48]. «Семья рождает нас как субъектов (уникальных и незаменимых), поскольку позволяет ребенку получить опыт первичного отношения, с матерью, отцом и, в общем, с семейной историей, опыт аффективный и моральный в одно и то же время. В ней личность может почувствовать, что имеет ценность сама по себе, помимо того, что может дать» [21, р. 3]. В то же время семья имеет генеративный характер по отношению к самому обществу, как его начало и источник [9, р. 26].

Генеративность возникает как результат реализации нормы *взаимности* (*reciprocità*), которая подразумевает постоянный обмен *дарами* в непрерывной последовательности трех действий: давать, получать, обмениваться [3, р. 24-25]. Дар является актом доверия; обратная сторона дара – долг. Самый яркий пример – дар жизни, который каждое новое поколение делает и должником, и дарителем (отсюда видно, что обмен не замыкается в границах одного или двух

поколений, а рассматривает семью в перспективе рода, связывающей настоящее, прошлое и будущее) [14, р. 60].

«Жить в семейных отношениях значит ежедневно принимать вызов открытия того, что эти свойства необходимы, чтобы быть счастливым. Они могут быть отвергнуты, можно попытаться уклониться от них или избежать их, но это не даст такого же счастья», - утверждают авторы [10, р. 190].

Систематическую разработку характера семейных отношений, основанных на даре и обладающих генеративностью, с точки зрения психологии осуществила Е. Скабини. Рассматривая семью как сферу, с одной стороны, эмоций и привязанностей, а с другой – как сферу личной ответственности (в отношении ребенка или супруга), она предложила *аффективно-этическую* [3, р. 21] символическую матрицу семейных отношений. Под этикой понимается в данном случае «желание и долженствование уважать ценность связей и, при необходимости, «навести порядок», то есть исправить несправедливость, взяв на себя ответственность» [3, р. 22]. Аффективный полюс матрицы включает такие качества отношений, как доверие и надежда, этический – справедливость и лояльность.

*Доверие* является необходимым фактором как развития личности (что подчеркивал ещё Э. Эриксон [13]), так и формирования любых социальных связей, поскольку только при наличии определенного кредита доверия можно действовать вместе; совместная деятельность, в свою очередь, увеличивает доверие. *Надежда* связана с ожиданием блага: «пока есть жизнь, есть надежда» [3, р. 22]. «Только в атмосфере надежды и доверия личность может развиваться, строить планы, чувствовать желание познания и хотеть вкладывать эмоции и энергию в другого» [3, р. 22]. Речь идет не только о ребенке, но и о взрослом человеке на протяжении всей его жизни. *Справедливость* и *лояльность* рассматривается с опорой на подход И. Бошормени-Надя и Дж. Спарк [2], делающих акцент на этической стороне семейных отношений. Справедливость связана, с одной стороны, с распределением ресурсов, с другой – с характером обмена, то есть необходимостью поиска равновесия между тем, чтобы давать, и тем, чтобы принимать. В то же время от членов семьи требуется лояльность друг к другу, то есть оказание преимущественного предпочтения. Отношения, основанные на лояльности, включают как минимум трех участников: того, кто оказывает предпочтение,

того, кому оно оказывается и того, кому оно не оказывается. Приводя эту трактовку, Е. Скабини помещает справедливость и лояльность на одном из двух полюсов символической матрицы, подчеркивая необходимость баланса между ними [3, р. 22-23].

Эта концепция применяется Е. Скабини и другими авторами не только в анализе социологических явлений, но и (преимущественно) в сфере психологии семьи.

3. Семейные отношения в переходные периоды

Качество семейных отношений, недоступных для непосредственного наблюдения в обычных условиях, может быть выявлено во время переходных периодов, связанных с предсказуемыми или непредвиденными критическими ситуациями, такими как увеличение или уменьшение числа членов семьи или вступление в новое взаимодействие с социумом. В современном обществе переходные состояния денормативированы и деритуализированы. В отличие от традиционного общества, в котором сроки и порядок прохождения переходных стадий были строго определены, сегодня, во-первых, время тех или иных этапов жизни семьи в большей степени становится делом индивидуального решения, во-вторых, практически исчезают связанные с ними ритуалы [14, р. 63]. Размывается граница между периодом стабильности и переходным состоянием. С долей условности можно сказать, что «семья находится сегодня в одном постоянном переходном состоянии» [10, р. 220].

«Критические события выводят в себе долю страдания» [3, р. 44].

«Критические события делятся – в общем – на две отношения из достигнутого ранее равновесия, в результате чего становится явным характер отношений, причем кризис вызывают как радостные события (например, рождение ребенка), так и печальные (например, тяжелая болезнь) [14, р. 62-64], поскольку «трудность перехода состоит в том, что он ставит нас в неопределенные, двусмысленные и опасные условия. В переходе, во всех переходах, делается заметным страх потери. Чтобы быть в состоянии встретить новое, нужно оставить старое, безопасность известных условий, и это несет категории: *нормативные события* (ожидаемые, предсказуемые) и *не нормативные события* (неожиданные, почти или совсем не предсказуемые)» [14, р. 66]. *Нормативные события* связаны с ключевыми этапами

жизненного цикла, такими как рождение ребенка или его уход из родительской семьи, не нормативные – с разного рода непредвиденными обстоятельствами, такими как развод, болезнь или несчастный случай. Другая классификация основывается на том, является ли критическое событие следствием осознанного выбора членов семьи (заключение брака) или наступает независимо от их воли (болезнь) [14, р. 66].

Переживая период дезорганизации, семья начинает искать способ его преодолеть, используя для этого внешние и внутренние ресурсы, в результате чего отношения в ней начинают меняться. Кризис вызывает изменения в структуре и характере отношений, представляет собой границу, после которой семья не может оставаться прежней. Успешным можно считать такое завершение перехода, при котором семья сохраняется, а отношения в ней выходят на новый уровень. Это происходит, однако, не всегда, семья может задержаться в ситуации застоя или разрушиться. В период кризиса выявляется связь между «релейцией» и «взаимодействием», становится очевидным то, что связывало между собой членов семьи, происходит «эпифания семейных отношений» [3, р. 43]. Таким образом, «переходное состояние пары должно быть прочитано как переходное состояние отношения, а не только как переходное состояние двух индивидов, которые, со своими личными историями, соединились» [10, р. 166].

По мнению авторов, работающих на базе реляционной теории, основным фактором того, насколько успешным будет переход к новым отношениям, является осознание членами семьи в критической ситуации общей цели и усилий, предпринимаемых для ее достижения, осознание собственной ответственности за происходящее с семьей [14, р. 65]. Так реализуется одна из основных задач семьи – посредничество между индивидуальным и социальным.

#### 5. Пол и гендер в семейных отношениях

Определяя семейные отношения в том числе как отношения *между полами*, Донати уделяет проблеме пола и гендера значительное внимание. Базовый тезис, на который опирается рассмотрение этой проблемы, состоит в том, что дуализм пола является фундаментальной онтологической парадигмой бытия человека. Он проявляется на всех уровнях человеческого существования, отнюдь не только на биологическом. «Человеческая личность не является мужчиной или женщиной, поскольку биологически является животным, но потому что

является человеческой личностью» [11]. Проявления пола не сводятся только к репродуктивным задачам: «половая идентичность, фактически, является онтологической характеристикой личности как таковой, независимо от факта состояния или не состояния в браке и наличия или отсутствия детей» [11].

Современное общество, отмечает Донати, отвергает этот тезис. Проведение различия между полом (на биологическом уровне) и гендером (на культурном уровне) приводит к тому, что последний начинает восприниматься не как безусловная, но как культурно и исторически обусловленная характеристика [10, р. 105]. В результате «в коллективном представлении постмодерна мужское и женское превращается в вопрос вкусов и субъективных предпочтений, во всех смыслах» [11]. Следствием этого становится декларация растущей гомогенизации полов, стирающей всякие различия между ними.

Признавая, что границы между мужским и женским на всех уровнях (прежде всего психическом, социальном и культурном, но также, в значительно меньшей степени, и биологическом) были и остаются до некоторой степени подвижными, Донати отрицает как необходимость, так и возможность игнорирования этих границ. Ссылаясь на эмпирические исследования в области гендерной психологии<sup>1</sup>, он подчеркивает, что кажущееся тотальное стирание различий между полами на самом деле ограничивается определенными областями социальной жизни и не затрагивает глубинной сущности личности. Даже там, где половые различия, по-видимому, исчезают, они нередко восстанавливаются в новых границах [10, р. 111]. «Многие, если не все, стороны общества, то есть роли, модели поведения, вкусы, мода, идеи, „имеют пол“» [10, р. 108]. Как мужскому, так и женскому полу соответствует свой символический код. Мужское – то, что пронизывает насквозь, ломает окружность, целенаправленно использует силу и сосредотачивается на одном определенном объекте. Женское – то, что обволакивает, соединяет, удерживает в сфере внимания несколько объектов и связи между ними [10, р. 108].

Необходимо отметить, что принципиальный дуализм человеческой природы с точки зрения пола не приводит к идее неполноты или неполноценности отдельной личности,

<sup>1</sup> Ссылку на конкретные материалы в доступных нам публикациях обнаружить не удалось.

обладающей тем или иным полом. Таким образом, подчеркивает Донати, признание половых различий и одновременно равного человеческого достоинства представителей каждого пола не имеет ничего общего с дискриминацией. «Будучи мужчинами или женщинами, человеческие существа заключают в себе полноту человеческой (онтологической) природы» [11] и дополняют друг друга не на онтологическом уровне, а на уровне взаимодействия и взаимоотношений, иными словами, половой дуализм также имеет реляционный характер.

Половые различия на разных этапах человеческой жизни выражаются с разной степенью интенсивности. Увеличиваясь по мере взросления, они достигают пика в период создания семьи и рождения детей и снижаются в старости [10, p. 117]. Вступая в отношения, один из партнеров принимает на себя более активную, другой менее активную роль; это распределение имеет лишь некоторую степень вариативности и, хотя не зависит абсолютно от биологического пола, связано с ним довольно сильно. Чем более прочными и стабильными оказываются отношения, чем большего числа общих целей стремятся достичь партнеры, тем более жестким становится распределение гендерных ролей.

Два полюса аффективно-этической матрицы семейных отношений Е. Скабини также имеют гендерные соответствия. Аффективный полюс (доверие и надежда) связан с материнскими функциями, этический (справедливость и лояльность) с отцовскими. Доверие и надежда даются матерью вместе с жизнью, безусловно и бескорыстно. Они не только удовлетворяют потребность новорожденного в заботе и защите, но и являются незаменимой опорой в более позднем возрасте. Справедливость и лояльность связаны с передачей отцом ребенку материальных и духовных благ, с принадлежностью ребенка семье или роду со всеми вытекающими отсюда последствиями, позитивными и негативными. Депривация потребностей в доверии и справедливости (например, насилие в семье) порождает повторяющийся в новой семье цикл насилия, преодоление которого требует серьезных усилий [3, p. 30-32]. Разумеется, обеспечивать доверие и надежду, справедливость и лояльность в семье призваны оба родителя, распределение ролей также может быть вариативным, но лишь до некоторой степени. Смещение мужского и женского символических кодов также может

привести к разного рода патологиям [10, p. 108], в частности, воспитание в семье, где ребенок лишен возможности наблюдать взаимоотношения между полами (например, в неполной семье), чревато негативными последствиями для ребенка [10, p. 120].

В связи с этим представляется закономерным вопрос, возможна ли семья, не имеющая в своей основе дуализма пола (семья «унигендер»)? Такие семьи, признает Донати, существуют, но представляют собой локальное явление, которое ни в коем случае не может распространиться на все общество. Если учесть, что в «нормально организованной» семье рождение ребенка должно быть выражением отношений между родителями, так что ребенок воспринимается как плод этих отношений, а родители несут ответственность за воспитание ребенка, унигендерная семья может стать массовым явлением только при условии того, что появление детей будет в большей степени зависеть от медицинских технологий или юридических процедур (подразумевается усыновление), «независимо от существования рождающей пары, которая устанавливает человеческие отношения с рожденным» [10, p. 119], что естественное рождение детей не будет связано с какой-либо социальной ответственностью, а социализация ребенка не будет связана с его личными взаимоотношениями с родителями. Существование подобных условий в реальности на сегодняшний день трудно представить [10, p. 118-120].

б. Семейные отношения как место формирования добродетелей

В современном западном дискурсе социальная ценность семьи нередко или отрицается, или признается при условии, что семьей могут называться практически любые формы сожительства, поскольку семья «нормально организованная», то есть гетеросексуальная супружеская пара, воспитывающая собственных детей, уже якобы не может ничего дать обществу, напротив, становится препятствием на пути реализации человеческой свободы, источником неравенства, насилия и других социальных патологий [7, p. 12]. Полемизируя с этой точкой зрения, Донати утверждает, что именно «нормально организованная» семья, имеющая в своей основе описанный выше геном, была и остается единственным в своем роде, уникальным и незаменимым источником для общества.

Семейные отношения является местом первичной социализации; «социализация ребенка

– это, по определению, социализация семейная» [10, р. 48], инструментом которой являются отношения внутри семьи: отношения между окружающими (прежде всего, отцом и матерью; о значении половых различий говорилось выше), которые ребенок наблюдает, и его собственные отношения с ними. Прочные, стабильные семейные не подавляют личность, а, напротив, базой для формирования зрелой личности, обеспечивая незаменимые условия для ее становления и развития [7, р. 17].

Однако ценность семьи заключается не только в рождении и воспитании «здоровых, умных, честных детей с альтруистическим духом», как это нередко понимается. Чтобы объяснить, что именно семья способна дать обществу, реляционная социология использует категорию «социальных добродетелей» (*virtù sociali*): «Личные добродетели относятся к личности как таковой, и их основная сфера – индивидуальное сознание. Их цель – совершенствование личности, ее полная гуманизация. Социальные добродетели относятся к *отношениям между личностями* <...> Их цель – совершенствование социальной жизни, которое заключается в производстве реляционных благ, таких как общее благо, справедливость, солидарность, субсидиарность, мир и сама семья. Социальные добродетели являются, следовательно, такими привычными способами жизни, которые выражаются в отношениях с другими» [7, р. 16]. Один тип добродетелей приводит к личному счастью, другой – к социальному благополучию, при этом первое и второе взаимно обуславливают друг друга.

Семейные отношения являются добродетельными (и производящими добродетель), если основаны на подлинной любви (*amore autentico*); подлинная любовь – жертвенная, неподлинная стремится к обладанию. «Семья – это первая школа подлинной любви, поскольку естественно является первичным местом (парадигмой) дара, начиная с дара жизни» [7, р. 17], и в силу этого обеспечивает формирование как личных, так и социальных добродетелей. Добродетели, рождающиеся в семейных отношениях, нельзя ограничить каким-либо закрытым перечнем, поскольку личность проявляется в них в полноте и целостности, в отличие от любых других социальных отношений. Добродетели формируются в результате общения ребенка со значимыми другими, однако решающее значение в этом процессе имеет именно качество отношений. Так,

например, дети могут не перенять те или иные положительные качества каждого из родителей в отдельности, если в семье отсутствует атмосфера доверия и сотрудничества.

Именно в таком смысле следует понимать значение семейных отношений как источника социального блага; «богатство нации состоит сегодня не в материальных благах, не в постоянном и неопределенном росте ВВП, а в качестве человеческих отношений, центром которых является семья», – резюмирует Донати [7, р. 17-18]. Условием выполнения этих задач являются рассмотренные выше необходимые качества отношений: «семейные отношения порождают климат, характеризующийся доверием, сотрудничеством, взаимностью, в котором развиваются личные и социальные добродетели. Без климата, свойственного семье, личные и социальные добродетели становятся намного сложнее, а иногда невозможно, усваивать и применять на практике» [7, р. 19]; «семья является ресурсом для общества, поскольку производит социальные добродетели; это реализуется, когда семья живет в соответствии с этикой *дара*» [7, р. 19].

Вместе с тем авторы признают, что эта задача семьи далеко не всегда реализуется на практике, и вместо того, чтобы быть источником социального блага, семья оказывается источником социального зла: «Существует много семей, в которых, фактически, поощряется эгоистичное и девиантное поведение, где происходят преступления и насилие» [10, р. 178], – но подобные факты свидетельствуют о деградации конкретной исторической формы института семьи, к которой нельзя сводить семейные отношения как универсальную модель, имеющую трансцендентный характер. В данном случае речь идет о типе семьи, сформировавшемся в буржуазном обществе, которое оттеснило семью в приватную сферу и лишило ее возможности выполнять социальные задачи. Этот процесс иллюстрируют следующие примеры. Политическая система сделала воспитание детей задачей специальных учреждений; они не справились с этой задачей; побочным эффектом стало серьезное сокращение ресурсов семьи в этой области. Экономическая система вынуждает родителей работать по графику, несовместимому с заботой о семье. Юридическая система государства всеобщего благосостояния ориентируется на права отдельного индивида в ущерб семье. В результате ослабленная этими факторами семья стала

восприниматься исключительно как место проявления чувств и эмоций, лишенное социальной значимости [10, р. 178-181]. Иными словами, семья является не причиной социального зла, а «жертвой общества» [10, р. 182], которое поставило ее в условия, не позволяющие выполнять свои задачи.

#### 7. Типология пары

В качестве одной из альтернатив «нормально организованной» семье в современном европейском обществе выступает пара, не заключающая брака и противопоставляющая себя семье как место свободной любви, не связанной никакими обязательствами. Донати в своих публикациях ставит вопрос, что представляет собой пара по сравнению с семьей с точки зрения реляционной теории.

Архетип пары, отмечает Донати, один из древнейших в истории человечества (об этом говорят в том числе данные археологии), но «как мифический образ, пара, однако, не является монадой, но реальностью, вписанной в космический и социальный порядок», «составить пару означает *ipso facto* создать семью» [10, р. 138]. Современное восприятие пары как антитезы и альтернативы семьи в историко-культурном плане восходит к символическому комплексу «романтической любви», берущему начало в поэзии трубадуров и культуре «куртуазной любви» (XII-XIII вв.). «В сущности, речь идет об отношениях, в которых влечение и страсть к любимому, более или менее идеализированному, преобладает над всеми остальными соображениями в индивидуальных выборах жизни» [10, р. 138], в том числе над семейными обязательствами.

Пройдя через ряд трансформаций и став из литературного феномена феноменом социальным, этот символический комплекс обернулся собственной противоположностью: романтическая любовь к идеализированному партнеру обернулась идеей «полиамурной пары», в которой каждый из партнеров находится в сексуальных и эмоциональных отношениях более чем с одним человеком, а в конечном счете – нарциссической любовью к себе, использующей отношения с партнером как инструмент для удовлетворения собственных запросов. Благодаря этому отношения пары становятся все менее прочными и продолжительными [10, р. 140-143]. Несмотря на это, параллельно идет процесс превращения пары в новый социальный институт<sup>1</sup>.

В литературе представлено множество подходов к паре, ориентирующихся на различные аспекты этого феномена. Донати рассматривает пару с точки зрения ее способности к производству реляционного блага и на основе этого критерия выделяет два типа пар: «объединенная пара» (*coppia aggregato*) и «генеративная пара» (*coppia generativa*) [10, р. 157]. Первая представляет собой механическое объединение двух эго, каждое из которых стремится к самоутверждению, самореализации и воспринимает отношения как место и способ для достижения этой цели; это сумма, в которой каждое из слагаемых остается прежним. Пара второго типа предполагает, напротив, «преображение Я, изменение и созревание собственной идентичности через опыт Другого как отличного от Я, другого, который обогащает меня, потому что отношения, которые нас связывают, являются способом взаимного совершенствования. Отношения порождают другое Я, в котором Я утверждает себя как тот, кто любит Другого, потому что желает Другому блага» [10, р. 158].

Такая дифференциация, основанная на качестве отношений, противопоставляется проведению жесткой границы между парой, живущей вне брака, и семьей, хотя заключение брака также имеет немалое значение: стабильность и прочность отношений в браке значительно возрастает. И всё же более важным представляется первоначальный тип отношений, характеризующий пару; пара, состоящая из «двух Эго, которые встретились в мыльном пузыре» [10, р. 160] отстоит от подлинных семейных отношений гораздо дальше, чем «генеративная пара», которая мыслит себя в контексте проекта семьи. Собственно парой Донати называет именно такой генеративный союз, вне зависимости от заключения брака. Таким образом, «пара – это феномен *эмергентный*» [10, р. 160].

Следует отметить, что главным фактором формирования того или иного качества отношений Донати, ссылаясь на эмпирические данные, называет «фактор детей» [10, р. 159]. Иными словами, пара становится генеративной, способной производить реляционное благо, только в том случае, если предусматривает возможность иметь детей. Рождение ребенка может откладываться по разного рода внутренним и внешним причинам, рождения может не произойти по не зависящим от пары обстоятельствам, однако сама готовность рано или поздно стать родителями кардинальным

<sup>1</sup> «Pacs во Франции, Lebenspartnerschaft в Германии, Civil Partnership в Великобритании и т.д.» [10, р. 200].

образом влияет на характер отношений. Отказываясь от родительства, пара рискует остаться союзом разобщенных индивидов, стремящихся к личному удовлетворению. Важную роль играет и количество детей, в особенности переход от одного ребенка к двум и более [10, p. 159].

#### 8. Рефлексивные отношения

Способность рефлексировать по поводу семейных отношений, то есть способность каждого из членов семьи осознавать ценность последних и нести за них ответственность, как было показано выше, является одним из важнейших условий формирования отношений, основанных на даре и взаимности, в конечном счете – реляционного блага. В настоящее время, когда разного рода традиции, связанные с семьей и браком, ранее прочные, отходят на второй план, пара «должна постоянно искать свою форму через процессы, которые ставят под сомнение свободу каждого партнера, их моральное и юридическое равенство, взаимность в обмене повседневной жизни, постоянное переосмысление основания их солидарности» [10, p. 151], что и становится причиной процессов морфогенеза. В условиях, когда нормы, принятые предыдущими поколениями, теряют актуальность, когда прежняя буржуазная семья перестает отвечать потребностям как личности, так и общества, и вместе с тем «эмпирические исследования показывают, что семья все более становится <...> решающим фактором материального и духовного благополучия личности» [7, p. 20], каждой паре приходится строить отношения заново, своими собственными силами.

Создавая пару, партнеры стремятся сохранить первоначальное состояние гармонии и взаимопонимания, продлить некий «волшебный момент» [10, p. 152]. Однако это невозможно в силу как внутренних (связанных с самими партнерами), так и внешних (необходимость взаимодействия с социумом) причин. Во всех возможных ситуациях паре необходимо сохранить баланс между свободой и равенством партнеров (как равноценных человеческих личностей), а также объединяющую их солидарность. Решить эту задачу можно только при помощи рефлексивности, которая помогает сформировать «множественный субъект», «Мы» [10, p. 152], способный реализовать принципы свободы, равенства и солидарности. «Если пара хочет жить и расти, она должна создать «Мы» как «реляционный субъект», который трансцендирует индивидуальности без аннуляции, также делая их

более подлинными и более свободными и ответственными (способными ответить Другому)» [10, p. 153].

Рассуждая о необходимости рефлексии, Донати использует оппозицию отношения «Я-Ты» и «Я-Оно» Мартина Бубера [1], указывая, что осознание отношения «Я-Ты» и забота о нем принципиально важны для будущего пары/семьи [10, p. 153].

Осознанные «Мы-отношения» должны получить адекватное символическое выражение («символы <...> это образы, понятия, идеи, представления, отсылающие к реальности, которая превосходит то, что можно увидеть, которая не может быть заключена в знаке или форме, не может быть материализована и измерена» [10, p. 162]). Чрезвычайно важно, какое значение партнеры вкладывают в понятие «любовь». В западной культуре существуют три семантики любви – *eros*, *philia* и *agape*. Супружескую любовь принято отождествлять с первым значением, однако она может и должна включать все три семантических уровня. Представляя отношения пары как эмергентный факт, Донати предлагает следующий ряд элементов: чувства (G); нормы, регулирующие отношения (I), символические модели, в которых оцениваются отношения (L); способы сохранения и развития отношений (A). Символической моделью отношений генеративной пары является дар [10, p. 162-165].

На более широком уровне (включая не только супружеские, но и детско-родительские, братские, отношения с родом и социумом) особый характер внимания и заботы, которой требуют семейные отношения, рассматривают Скабини и Чиголи [3, p. 29-40].

1. *Забота о соглашении*, заключаемом между супругами в момент создания семьи, которое следует отличать от брачного договора (в разных вариациях существующего как в традиционных обществах, так и в современной Европе); это соглашение «имеет аффективно-этическую природу и направлено на поддержание и развитие связи» [3, p. 29]. Соглашение не заключается раз и навсегда, а требует постоянного поддержания в связи с новыми вызовами (выстраивание отношений с родительскими семьями, рождение и воспитание детей, болезни, экономические трудности, потеря близких и т.д.), с которыми сталкивается пара;

2. *Забота, связанная с ответственностью*, отражает иерархический характер отношений между родителями и детьми и заключается в

реализации символической матрицы, включающей аффективный (доверие и надежда) и этический (справедливость и лояльность) полюса, соотносимые (с долей условности) с материнской и отцовской функциями;

3. *Забота о наследии* рода состоит в трансмиссии полученного парой от родительских семей и заново актуализированного в собственном опыте наследия рода. Каждая новая семья получает «наследство», которое не ограничивается биологическим материалом, но включает имущество, социальный статус, философию и связь с родиной: «Связь между родами и землей, на которой они обосновываются, является важным аспектом в отношениях поколений. Непрерывное и даже пароксизмальное движение, типичное для постмодернистского общества, трансформирует, но не уничтожает отношения между семьей и родиной. Все родительские пары должны быть в состоянии распознать «родину», которая пригодна для жизни и которая заключает в себе воспоминания, будь то приятные или болезненные» [3, р. 33]. В повседневной жизни ребенок сталкивается с историей старших поколений, «в словах, действиях, жестах, ритуалах и рутине» [21, р. 3]; задача супружеской пары заключается в том, чтобы осуществить передачу, трансмиссии этого наследия следующему поколению, не механически, а творчески, переработав и обогатив собственным опытом. Способностью пары к трансмиссии является одним из проявлений генеративности;

4. *Забота о принадлежности* семье относится к братским отношениям. На самом поверхностном уровне в них заложена основа как для солидарности, так и для соперничества. От семьи требуется высокий дифференцирующий потенциал (учитывающий всю сложность братских отношений, опирающуюся на множество различий, с которыми встречаются дети с самого рождения) и в то же время способность обеспечить чувство причастности семье;

5. *Забота о многих*. Семья и общество находятся в отношениях взаимного влияния; прочные связи между поколениями в семье являются фундаментом для активного отношения к жизни общества, а негативные явления в семейной жизни провоцируют социальные патологии. «Аффективный полюс представлен открытостью в отношении другого (другие семьи, социальный контекст), в то время как этический полюс солидарности проявляется в чувстве общности с другим» [3, р. 41].

Иными словами, «быть в семье значит обнаружить, что *мы то, заботу о чем мы на себя берем*» [7, р. 19]. Активируя способность к рефлексии, семья может сохранять семейные отношения в подлинном смысле слова, становясь источником ресурсов для самой себя и в то же время источником блага для общества.

#### Заключение

Таким образом, реляционная теория общества рассматривает семейные отношения в собственном смысле слова как место уникальных отношений между полами и между поколениями, в которых личность проявляет себя во всей полноте. Их основу составляет геном, включающий четыре элемента, организованных в структуру AGIL: сексуальность пары, генеративность, взаимность и дар.

Семья как социальный институт является посредником между личностью и обществом как на этапе первичной социализации, так и на дальнейших этапах человеческой жизни благодаря тому, что семейные отношения создают незаменимую атмосферу для воспитания личных и социальных добродетелей. Это дает возможность утверждать, что семейные отношения, будучи первичным производителем реляционного блага, остаются уникальным ресурсом для жизни общества, единственным источником человеческого капитала.

Условием для этого является построение отношений, основанных на подлинной любви, подразумевающей этику дара и взаимности; отношений, в которых реализуется символическая матрица – аффективно-этический код, первый полюс которого включает доверие и надежду, связанные преимущественно с материнскими функциями, а второй – справедливость и лояльность, связанные преимущественно с отцовскими функциями.

Современная ситуация кризиса семьи и активного морфогенеза, ситуация «великой неопределенности» [10, р. 152] является следствием упадка общества эпохи модерна в целом и, следовательно, порожденной этим обществом конкретной исторической формы семьи, вытесненной в сферу частных эмоций и привязанностей и лишенной социального значения. Выход из этого кризиса и поиск новых форм семьи в собственном смысле, способной быть источником общественного блага, требует от каждой пары высокой степени рефлексивности, а именно осознания ценности отношений как таковых и готовности прилагать

усилия для создания отношений, представляющих собой реляционное благо.

### Литература

1. Бубер М. Я и Ты / пер. с нем. Ю.С. Терентьева, Н. Файнгольца, послесл. П.С. Гуревича. М.: Высшая школа, 1993. 175 с.

2. Boszormenyi-Nagy I., Spark G. Invisible Loyalties: Reciprocity in Intergenerational Family Therapy. N.Y., 1973.

3. Cigoli V. Scabini E. Relazione familiare: la prospettiva psicologica // Le parole della famiglia / Scabini E., Rossi G. (a cura di). Milano. 2006. Pp. 13-46.

4. Donati P. Birth and development of the relational theory of society: a journey looking for a deep 'relational sociology'. URL:

[http://www.relationalstudies.net/uploads/2/3/1/5/2315313/donati\\_birth\\_and\\_development\\_of\\_the\\_relational\\_theory\\_of\\_society.pdf](http://www.relationalstudies.net/uploads/2/3/1/5/2315313/donati_birth_and_development_of_the_relational_theory_of_society.pdf) (дата обращения: 15.03.2014).

5. Donati P. Che cos'è la sociologia relazionale? Breve itinerario di conoscenza della teoria relazionale in sociologia. URL:

[http://www.relationalstudies.net/uploads/2/3/1/5/2315313/per\\_conoscere\\_la\\_sociologia\\_relazionale\\_di\\_p\\_donati.doc](http://www.relationalstudies.net/uploads/2/3/1/5/2315313/per_conoscere_la_sociologia_relazionale_di_p_donati.doc) (дата обращения: 24.03.2014).

6. Donati P. Coppia e famiglia come beni relazionali un capitale sociale da valorizzare. Rapporto CISF 2011. URL:

[http://cisf.famigliacristiana.it/allegati/2013/3/pierpaolodoni\\_2940608.pdf](http://cisf.famigliacristiana.it/allegati/2013/3/pierpaolodoni_2940608.pdf) (дата обращения: 10.02.2014).

7. Donati P. Introduzione. Il tema e gli obiettivi della ricerca // Famiglia risorsa della società. Bologna. 2012. Pp. 11-22.

8. Donati P. La famiglia come soggetto sociale. URL: <http://www.istitutogp2.it/public/La%20famiglia%20come%20soggetto%20sociale.pdf> (дата обращения: 20.03.2014).

9. Donati P. La famiglia è ancora una risorsa per le persone e per la società? Le tesi contro e le tesi a favore // Famiglia risorsa della società. Bologna. 2012. Pp. 25-57.

10. Donati P. La famiglia il genoma che fa vivere la società. Roma, 2013.

11. Donati P. L'identità maschile e femminile: distinzioni e relazioni per una società a misura della persona umana. URL:

<http://www.700annidopo.it/attachments/article/72/Pierpaolo%20Donati%20-%20UOMO-DONNA.pdf> (дата обращения: 13.03.2014).

12. Donati P. Relazione familiare: la prospettiva sociologica // Le parole della famiglia / Scabini E., Rossi G. (a cura di). Milano. 2006. Pp. 47-76.

13. Erikson E. Identity, youth and crisis. New York, 1968.

14. Iafrate R. Scabini E. Identità e cambiamento familiare: il paradigma relazionale-simbolico // Psicologia dei legami familiari. Bologna. 2003. Pp. 45-71.

15. Iagulli P. La sociologia relazionale di Pierpaolo Donati. Una breve introduzione «meta-sociologica». URL: [http://www.fasf.uniba.it/area\\_docenti/documenti\\_docente/materiali\\_didattici/213\\_La\\_SOCIOLOGIA\\_RELAZIONALE\\_DI\\_PIERPAOLO\\_DONATI.pdf](http://www.fasf.uniba.it/area_docenti/documenti_docente/materiali_didattici/213_La_SOCIOLOGIA_RELAZIONALE_DI_PIERPAOLO_DONATI.pdf) (дата обращения: 20.03.2014).

16. La famiglia, speranza e futuro per la società italiana. Documento preparatorio alla 47a Settimana Sociale dei Cattolici Italiani (Torino, 12-15 settembre 2013). URL:

<http://www.settimanesociali.it/siti/allegati/11580/Documento%20preparatorio%2047a%20Settimane%20Sociali%202013.pdf> (дата обращения: 10.03.2014)

17. Rossi G. La rilevanza dei legami familiari nella costruzione della società: una questione di libertà e di responsabilità. URL:

[http://www.forumfamiglie.org/allegati/documento\\_174.pdf](http://www.forumfamiglie.org/allegati/documento_174.pdf) (дата обращения: 20.03.2014).

18. Rossi G. Le trasformazioni della famiglia in Italia ed Europa. URL:

[http://www.meicmarche.it/public/documenti/documento\\_831.pdf](http://www.meicmarche.it/public/documenti/documento_831.pdf) (дата обращения: 12.02.2014)

19. Rossi G. Socializzazione e identità sociale: un percorso relazionale // Culture socializzative, identità e differenze di genere. Approcci disciplinari a confronto / Crespi I. (a cura di). Macerata. 2011. Pp. 13-43.

20. Scabini E. Famiglia e famiglie: affetti e legami <http://www.sussidiarieta.net/files/Pdf/032006/Scabini.pdf> (дата обращения: 7.02.2014).

21. Scabini E. Ruolo educativo della famiglia e sistema formative // [http://www.conferenzafamiglia.it/media/8332/scabini\\_relazione\\_def.pdf](http://www.conferenzafamiglia.it/media/8332/scabini_relazione_def.pdf) (дата обращения: 5.02.2014).

### References

1. Boszormenyi-Nagy I., Spark G. Invisible Loyalties: Reciprocity in Intergenerational Family Therapy. N.Y. 1973.

2. Buber M. Me and You. Martin Buber; transl. from German. YU.S. Terent'eva, N. Fajngol'ca, poslesl. P.S. Gurevicha. M.: Vysshaya shkola, 1993. 175 p.

3. Cigoli V. Scabini E. Relazione familiare: la prospettiva psicologica. Le parole della famiglia. Milano. 2006. P. 13-46.

4. Donati P. Birth and development of the relational theory of society: a journey looking for a deep 'relational sociology'. URL:

[http://www.relationalstudies.net/uploads/2/3/1/5/2315313/donati\\_birth\\_and\\_development\\_of\\_the\\_relational\\_theory\\_of\\_society.pdf](http://www.relationalstudies.net/uploads/2/3/1/5/2315313/donati_birth_and_development_of_the_relational_theory_of_society.pdf) (date of the application: 15.03.2014).

5. Donati P. Che cos'è la sociologia relazionale? Breve itinerario di conoscenza della teoria relazionale in sociologia. URL:

[http://www.relationalstudies.net/uploads/2/3/1/5/2315313/per\\_conoscere\\_la\\_sociologia\\_relazionale\\_di\\_p\\_donati.doc](http://www.relationalstudies.net/uploads/2/3/1/5/2315313/per_conoscere_la_sociologia_relazionale_di_p_donati.doc) (date of the application: 24.03.2014).

6. Donati P. Coppia e famiglia come beni relazionali un capitale sociale da valorizzare. Rapporto CISF 2011. URL:

[http://cisf.famigliacristiana.it/allegati/2013/3/pierpaolodoni\\_2940608.pdf](http://cisf.famigliacristiana.it/allegati/2013/3/pierpaolodoni_2940608.pdf) (date of the application: 10.02.2014).

7. Donati P. Introduzione. Il tema e gli obiettivi della ricerca. Famiglia risorsa della società / Donati P. (a cura di). Bologna. 2012. P.11-22.

8. Donati P. La famiglia come soggetto sociale. URL: <http://www.istitutogp2.it/public/La%20famiglia%20come%20soggetto%20sociale.pdf> (дата обращения: 20.03.2014).

9. Donati P. La famiglia è ancora una risorsa per le persone e per la società? Le tesi contro e le tesi a favore. *Famiglia risorsa della società*. Donati P. (a cura di). Bologna. 2012. P. 25-57.
10. Donati P. *La famiglia il genoma che fa vivere la società*. Roma. 2013.
11. Donati P. L'identità maschile e femminile: distinzioni e relazioni per una società a misura della persona umana. URL: <http://www.700annidopo.it/attachments/article/72/Pierpaolo%20Donati%20-%20UOMO-DONNA.pdf> (дата обращения 13.03.2014).
12. Donati P. *Relazione familiare: la prospettiva sociologica*. *Le parole della famiglia* / Scabini E., Rossi G. (a cura di). Milano. 2006. P. 47-76.
13. Erikson, E. *Identity, youth and crisis*. New York, 1968.
14. Iafrate R. Scabini E. *Identità e cambiamento familiare: il paradigma relazionale-simbolico* // *Psicologia dei legami familiari*. Bologna. 2003. P. 45-71.
15. Iagulli P. *La sociologia relazionale di Pierpaolo Donati. Una breve introduzione "meta-sociologica"*. URL: [http://www.fasf.uniba.it/area\\_docenti/documenti\\_docente/materiali\\_didattici/213\\_La\\_SOCIOLOGIA\\_RELAZIONALE\\_DI\\_PIERPAOLO\\_DONATI.pdf](http://www.fasf.uniba.it/area_docenti/documenti_docente/materiali_didattici/213_La_SOCIOLOGIA_RELAZIONALE_DI_PIERPAOLO_DONATI.pdf) (date of the application 20.03.2014).
16. *La famiglia, speranza e futuro per la società italiana*. Documento preparatorio alla 47a Settimana Sociale dei Cattolici Italiani (Torino, 12-15 settembre 2013) URL: <http://www.settimanesociali.it/siti/allegati/11580/Documento%20preparatorio%2047a%20Settimane%20Sociali%202013.pdf> (date of the application: 10.03.2014)
17. Rossi G. *La rilevanza dei legami familiari nella costruzione della società: una questione di libertà e di responsabilità*. URL: [http://www.forumfamiglie.org/allegati/documento\\_174.pdf](http://www.forumfamiglie.org/allegati/documento_174.pdf) (date of the application: 20.03.2014).
18. Rossi G. *Le trasformazioni della famiglia in Italia ed Europa*. URL: [http://www.meicmarche.it/public/documenti/documento\\_831.pdf](http://www.meicmarche.it/public/documenti/documento_831.pdf) (date of the application: 12.02.2014)
19. Rossi G. *Socializzazione e identità sociale: un percorso relazionale. Culture socializzative, identità e differenze di genere. Approcci disciplinari a confronto* / Crespi I. (a cura di). Macerata. 2011. P. 13-43.
20. Scabini E. *Famiglia e famiglie: affetti e legami*. URL: <http://www.sussidiarieta.net/files/Pdf/032006/Scabini.pdf> (date of the application: 7.02.2014).
21. Scabini E. *Ruolo educativo della famiglia e sistema formative*. URL: [http://www.conferenzafamiglia.it/media/8332/scabini\\_relazione\\_def.pdf](http://www.conferenzafamiglia.it/media/8332/scabini_relazione_def.pdf) (date of the application: 5.02.2014).

УДК 37.061+316.442

DOI: 10.18413/2408-9338-2016-2-1-83-89

Юдина Н. В.

**ОБРАЗОВАНИЕ ВЗРОСЛЫХ НА ПРОТЯЖЕНИИ ЖИЗНИ И ТЕОРИЯ  
ПОКОЛЕНИЙ**

доцент, кандидат экономических наук, Лауреат Премии Президента Украины для молодых ученых, orcid: 0000-0002-1730-9341. Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт» проспект Победы, 37, Киев, 03056, Украина. Портал «Футуролог»: <http://futurológ.com.ua> Электронный адрес: Nataly.Yudina@meta.ua

**Аннотация.** Статья посвящена практической реализации концепции «образование на протяжении всей жизни» в сегменте взрослых как инструмента обеспечения рабочего места в будущем. Освещена социальная проблематика обучения взрослых, связанная с социальными установками и стереотипами на постсоветском пространстве, провоцирующими социально-экономическое неравенство между представителями разных поколений. Выдвинута гипотеза, что в информационном обществе поведение представителей крайних поколений зависит от степени интеграции в их жизнь в текущий момент времени ИКТ, а не от периода их рождения, как это предполагалось ранее. Это стирает разницу в характерном поведении трех крайних поколений во время обучения, что дает возможность усовершенствовать теорию поколений Н. Хоуе и У. Страуса, адаптировав ее к условиям информационного общества. Предложена программа трансформации негативных социальных установок и стереотипов путем формирования в долгосрочном периоде культуры получения образования на протяжении всей жизни, независимо от возраста. В качестве краткосрочного этапа программы предложены рекомендации по применению дистанционного формата обучения взрослых.

**Ключевые слова:** теория поколений, информационно-коммуникационные технологии, образование для взрослых, непрерывное образование, дистанционное обучение, онлайн образование.

N.V. Yudina

**LIFELONG LEARNING FOR ADULTS AND THEORY OF GENERATIONS**

Candidate of Economic Sciences, Assistant Professor, Laureate of the Prizes of the President of Ukraine for young scientists, orcid: 0000-0002-1730-9341. National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute» 37 Pobedy Ave., Kyiv, 03056, Ukraine. Portal «Futurológ»: <http://futurológ.com.ua>. E-mail: Nataly.Yudina@meta.ua

**Abstract.** The practical implementation of the concept of the «lifelong learning» for adults for their job in the future is considered in the article. The social problems of adult learning connected with attitudes and stereotypes in society on the post-soviet area, which provoke the socio-economic disparities between the different generations, were discussed. It is hypothesized that in the information society the behavior of the generations depends on the degree of ICT-integration in their lives at the current moment of time and doesn't depend on the period of their birth. This removes the differences in the characteristic behavior of the last three generations during the learning. This will improve the theory of generations by N. Howe and W. Strauss, by adapting it to the conditions of the information society. The program of transformation of the negative social attitudes and stereotypes by forming the long term culture of lifelong learning, which irrespective of their age. As a short-term stage of this program, the recommendations for development of the e-learning format for adults are proposed in the article.

**Keywords:** theory of generations; ICT; education for adults; distance learning; lifelong learning; e-learning

**Введение.** Аудитория тех, кто сегодня нуждается в получении новых знаний, является очень неоднородной. С одной стороны, это связано

с быстро изменяющимися потребностями рынка труда, внедрением новых технологий, приводящих к стремительному вытеснению

малоквалифицированного труда роботами, что приводит к сокращению рабочих мест. Например, в сингапурском отеле роботы уже выполняют функции коридорного, экономки [3], в американской интернет-компании Amazon – функции грузчиков [6], а дроны – функции курьера по доставке мелких покупок [8], в японских сети «Softbank» роботы – функции консультантов, которые адаптируются к эмоциям покупателя [4]. Это заставляет людей начинать искать свое применение в инновационных для себя областях, где их не смогут заменить или сократить.

С другой стороны, последствия недавних экономических кризисов и возможность наступления новых создают угрозу сокращений существующих рабочих мест [14]. Одним из главных критериев сохранения рабочего места становится интеллектуальный ресурс, что и создает потребность в повышении профессиональной квалификации. Однако и получаемые сейчас новые знания не гарантируют своей актуальности через несколько лет. Это стало предпосылками появления концепции непрерывного образования на протяжении всей жизни.

**Основная часть.** Концепция «Непрерывное образование на протяжении всей жизни» формирует предпосылки увеличения возраста целевой аудитории студентов, слушателей инновационных учебных программ или отдельных курсов. В мире за последние десять лет наблюдается рост динамики количества людей, кто свое первое высшее образование получил после восьмидесяти лет. В Европе, по наблюдениям украинских студентов, уехавших по программам двойных дипломов учиться в Португалию, Польшу или Францию, разновозрастность групп студентов учебных заведений широко распространена. Однако, для большинства взрослых людей стран постсоветского пространства часто именно возраст может становиться причиной отказа от поступления в ВУЗ на дневную форму обучения. Например, в своем интервью певица Земфира на вопрос В. Познера, почему она не продолжила процесс получения высшего образования, в качестве одной из причин назвала именно разницу в возрасте с остальными студентами ВУЗа [7]. Поэтому получение образования взрослыми на постсоветском пространстве связано с целым рядом проблем, требующих решения.

**Цель работы.** Разработка программы реализации концепции образования на протяжении всей жизни среди взрослых на постсоветском пространстве.

**Материалы и методы исследования.** В исследовании использованы методы наблюдения, системного и сравнительного анализа причинно-следственных связей, методы индукции, дедукции, метод аналогий.

**Результаты исследования и их обсуждение.** Согласно теории поколений Н. Хоуве и У. Страусса [1], достаточно распространенной в системе образования [см. например, 2; 13], сегодня всех людей, которые могут быть потенциально заинтересованы в получении образования, принято разделять на следующие типы поколений:

- «молчаливое» (Silent) поколение рожденных в период 1925-1942 гг. [1];
- «бумеры» (Boomer), рожденные в 1943-1960 гг.) [1];
- «тринадцатое» поколение (Thirteenth, 13-поколение американцев, которые знают американский флаг) или более распространенное название – поколение «X», рожденные в период 1961-1981 гг.) [1; 13];
- поколение Миллениума (Millennial) или «Y» (1982-2003 гг.) [1; 13];
- и мало изученное поколение «Z» (родившиеся после 2003 года) [5].

Главный критерий, отличающий поведение выделяемых групп поколений, – это жизненные ценности, которые формируются в зависимости от: 1) событий, происходящих в момент рождения человека и до 14 лет, 2) полученного в это время воспитания и установок; 3) самоидентификации себя в рамках определенного поколения [1, с. 64; 2; 13]. При этом преобладающим фактором в формировании ценностей является исторический период в момент рождения представителя поколения (а не его возраст). Однако в силу временной конкретизации периодов, коммуникационных помех, иногда ошибочной трактовки теории (с последующими «репостами», в том числе в СМИ) за 25 лет существования концепции сформировались определенные социальные установки и стереотипы. Как и любая массовая рекламная кампания, не учитывающая своих футурологических последствий, подобное тиражирование научных теорий может создать негативный эффект в долгосрочном периоде. В частности, именно период рождения человека, и как следствие, его текущий возраст, лег в основу сегментации людей и их поведения в обществе.

Так, главным историческим фактором, определяющим поведение представителей крайних поколений «X», «Y» и «Z», стала степень развития информационно-коммуникационных

технологий (ИКТ) в периоды их рождения. Следуя логике теории поколений, именно это и определило степень способности каждого поколения применять ИКТ в своей жизни. Сегодня стереотипно считается, что представители «X» далеки от прогрессивных технологий: представители «Y» их активно применяют, а представители «Z» не представляют, как можно без них жить. Разная степень способности применять ИКТ часто становится причиной возникновения социально-экономического неравенства между представителями разных поколений, в частности, при устройстве на работу. Это сформировало в обществе определенный «культ молодости» и целый комплекс ограничений для более взрослых людей (прежде всего, представителей поколения «X») и постепенно присоединяющимся к ним в будущем представителям «Y».

Однако подобное определение причин характерных различий между представителями поколений «X», «Y» и «Z» в условиях информационного общества, с нашей точки зрения, является не совсем верным. Двенадцатилетний опыт научно-педагогической работы в ВУЗе с молодежью (в основном с разными представителями поколения «Y»), а также многочисленные консалтинговые проекты с аудиториями взрослых (в основном представителями поколений «X» и «Y») позволяет сделать вывод об ошибочности такого критерия сегментации. На основании проведенных наблюдений за поведением учащихся, следует выдвинуть гипотезу, что в информационном обществе не период рождения человека предопределяет его поведение и степень применения им ИКТ в жизни, а наоборот, – степень применения им ИКТ в текущий момент времени формирует характерное поведение человека и не зависит от периода его рождения. Хотя, следует согласиться, что между возрастом (а точнее, периодом рождения) человека и его желанием освоить ИКТ присутствует корреляция. Но ее первопричина находится не в периоде рождения человека, как это считалось ранее, а во внутренних психологических установках конкретного человека и общества, из-за которых и формируется определенная стереотипная боязнь ИКТ и самого процесса обучения, с которым ассоциируются любые новые технологии. Студенты (представители поколения «Y»), вернувшиеся в Украину после европейского обучения, с неким удивлением отмечали, что взрослые люди (поколения «X»), которые

учились вместе с ними в группах и освоили ИКТ, вели себя точно так же, как и другие более молодые студенты. Взрослым, освоившим ИКТ, также характерна интернет-зависимость и другие интернет-особенности, а именно: рассеянность, синдром гиперактивности и дефицита внимания, эффект фаббинга, многозадачности – всего того, что должно характеризовать поколение «Z» и обобщается в термине «клиповое мышление».

Следует предположить, что в информационном обществе именно ИКТ меняют людей их использующих. И результат такого влияния не зависит от исторического периода рождения человека, как это предполагалось ранее теорией поколений Н. Хоуве и У. Страусса. Гипотеза предполагает, что в вопросах образования воздействие ИКТ на человека может стирать границы в характерном поведении выделяемых ранее крайних поколений «X», «Y», «Z», интегрированных в информационное общество. Поэтому более корректным в информационном обществе становится объединение этих поколений в единое поколение «I» («Internet Generation»), которое формируется в зависимости от текущей степени внедрения ИКТ в повседневную жизнь конкретного человека в конкретный момент времени (а не в период его рождения). Это несколько противоречит теории поколения, однако, с другой стороны, ее усовершенствует путем адаптации к условиям информационного общества. Гипотеза, выдвинутая на основе наблюдений, показывает новое свойство ИКТ: ИКТ делают преобладающим влияние на характерное поведение человека техногенных ситуационных факторов в текущий момент времени над факторами, формирующими поведение человека в течение его первых 14 лет после рождения. При этом под термином «поколение», в отличие от ранее используемого контекста близости людей по возрасту, следует понимать не период рождения самих участников общности людей, а «поколение» (в техническом контексте) и общность самих ИКТ, используемых этими людьми в совместной деятельности, что и объединяет этих людей в общность.

Выдвигаемое утверждение принципиально важно с социально-психологической точки зрения. Оно разрушает внутренние ограничения человека, которые останавливают даже саму попытку начать осваивать ИКТ и другие инновационные технологии из-за убеждения в неспособности разобраться. Разрушение прежнего стереотипа путем формирования и

широкого распространения в обществе новых установок, доступно объясняющих среди широкого круга лиц всех возрастов, что социальное положение человека, уровень образования зависят не от его возраста, а от его интеллектуального ресурса, позволит усовершенствовать процесс вовлечения взрослых людей в реализацию концепции «образование на протяжении всей жизни». Формирование новых установок в обществе является одним из эффективных инструментов управления деятельностью людей, а именно – инструментом культуры [9, с. 14-15]. Однако трансформирование установок относится к долгосрочному этапу реализации предлагаемой программы. Краткосрочным этапом реализации программы может стать индивидуальное дистанционное обучение (e-learning) взрослых.

Широкое распространение «клипового мышления» среди представителей поколения «I» влияет на эффективность образования в целом. В частности, эффективность ознакомления с текстом или просмотра видео (по критерию прочтения текста или просмотра видео до конца) уменьшается с увеличением их объема и срока доступности [15; 16]. Среди академического сообщества на конференциях звучит необходимость создания методических рекомендаций о том, как именно нужно разрабатывать дистанционные курсы. Это, несомненно, важный и нужный шаг в процессе становления дистанционного образования на постсоветском пространстве. Однако, на мой взгляд, на сегодняшнем этапе формирования рынка дистанционных курсов необходимо сначала практически накопить достаточную критическую массу различных по форме и содержанию дистанционных курсов, чтобы потом можно было оценить эффективность различных инструментов и выработать методологию.

Конечно же, необходимо учитывать уже накопленный опыт разработок дистанционных курсов западными коллегами. Однако между моментом получения практических результатов и моментом их публичного освещения всегда присутствует некий инерционный временной этап, вызванный необходимостью осознания и описания произошедшего. Из-за вхождения ИКТ в «режимы с обострением» [10], при которых ускорение выхода обновлений технологий происходит по закону экспоненты, перенос в качестве аналогии успешного западного опыта без специфической адаптации к так же стремительно меняющимся факторам локальной

маркетинговой среды, чаще всего является неоправданным. То, что давало эффект ранее, в сегодняшних условиях уже становится неэффективным. Например, три года назад часть дистанционных курсов по маркетингу портала «Футуролог» (<http://futurollog.com.ua>) представляли собой преимущественно текстовый формат, который содержал в себе визуализацию в виде графических материалов, презентаций, других медиа- и видео-приложений. Более детальный список используемых методических, технических и маркетинговых инструментов, которые предварительно были разработаны на основе глубокого анализа западного опыта и апробации на украинском рынке, был опубликован в работе [16].

Однако в апреле 2015 года изменились алгоритмы поисковых систем в отношении поисковой выдачи сайтов [11]. Особенностью новой политики стала необходимость для владельцев сайтов перерабатывать дизайн своих ресурсов на адаптивный к мобильным устройствам, тем самым делая их более удобными для пользователей интернета. Такие требования поисковой системы были связаны со взрывоподобным ростом количества пользователей интернета с помощью мобильных устройств. Но такой факт существенно расширил распространение «клипового мышления» среди потенциальной целевой аудитории дистанционных курсов, поскольку создаваемое удобство повышает время пребывания пользователей в интернете. Поэтому степень вовлечения ИКТ в жизнь представителей поколения «I» стало расти еще больше. Для портала «Футуролог» такое изменение маркетинговой среды (изменения научно-технических факторов повлекли за собой изменения социо-культурных факторов в виде поведения потенциальных потребителей) стало главной причиной пересмотра товарной политики дистанционных курсов. Во-первых, дизайн как самого портала «Футуролог», так и каждого дистанционного курса стал адаптивным к мобильным устройствам, что существенно упростило техническую сторону его использования. Во-вторых, текстовый формат существующих дистанционных курсов был максимально обновлен с помощью специально снятых видео-консультаций, а новые онлайн курсы и тренинги сейчас выпускаются преимущественно в формате видео-консультаций с некоторыми дополнениями в виде текстовой информации. Новый формат консультаций содержит кроме разработки специального сценария, видео-записи веб-трансляций, а также и

дизайнерскую обработку видео с помощью внедрения дополнительной графики, анимации, наглядных презентаций, других нестандартных решений, позволяющих как можно нагляднее визуализировать материал курса. Хотя в предыдущей версии дистанционных курсов видео-формат присутствовал, в новом адаптивном формате именно постановочный видео-контент стал преобладающим в процессе коммуникаций с участниками курсов. Для продвижения конкретных дистанционных курсов используются видео-трейлеры длительностью не более 120 секунд.

При этом следует особо отметить, что используемые порталом «Футуролог» технические инструменты не ставят целью поддержать и так нарастающее среди целевой аудитории участников курсов «клиповое мышление». Применяемые новые технологии – это лишь промежуточный инструмент эффективного управления «клиповым мышлением» для концентрации участника на его цели накопления интеллектуального ресурса. ИКТ привели к тому, что объем информации, передаваемый средствами интернет-коммуникаций и превышающий объем стандартного новостного сообщения (например, видео длительностью более 5 мин или текст более 1000 знаков) может вызвать эффект коммуникационного «бумеранга». Суть эффекта «бумеранга» заключается в том, что превышающая привычный объем информация может быть не только не воспринята целевой аудиторией, но даже вызвать обратный коммуникационный эффект [12]. Например, длинный текст может вызвать раздражение, нежелание его читать, а также эффект прокрастинации, под которой понимается процесс откладывания дел на более поздний срок, что уменьшает вероятность их выполнения до нуля.

Чтобы эффект коммуникационного «бумеранга» не возникал у целевого объекта коммуникации (участника дистанционного курса), у него должна быть сформирована сильная мотивация к восприятию сложной информации. Однако на первых этапах знакомства участника с дистанционным курсом этого очень сложно добиться, поскольку кроме всего прочего присутствует определенная психологическая нагрузка на участника из-за необходимости разобраться с технической стороной дистанционного курса. Поэтому для предотвращения эффекта «бумеранга» необходимо воспользоваться инструментами, эффективными в маркетинговых коммуникациях, а именно: планировать подачу сложной информации так, чтобы ее объем и сложность

усиливались постепенно на протяжении всего курса по мере усиления вовлечения участника в работу. В связи с этим в сценарии каждого дистанционного курса портала «Футуролог» длительность и сложность информации (на видео и в тексте) увеличиваются постепенно. Поэтому в рамках программы курса первые видео достаточно короткие (5-10 минут) и легкие к восприятию целевой аудиторией.

Согласно статистике использования ресурсов портала «Футуролог», проведенная техническая модернизация и стратегические трансформации дистанционных курсов позволили повысить частоту их использования участниками ориентировочно на 35%. На основании таких результатов был сделан вывод, что участники стали работать на дистанционных курсах дополнительно к основному времени также с мобильных устройств (например, во время поездок в метро, общественном транспорте, т.д.), что и обеспечило более частые заходы на портал. А инфографика и видео-формат консультаций упростили восприятие теоретической информации.

Однако приводимые результаты не гарантируют их долгосрочного масштабирования, если воспользоваться теми же инструментами, например, через год. Таким образом, если потенциальные разработчики дистанционных курсов будут ждать, пока будут написаны методические указания о том, как разрабатывать дистанционные курсы, и при этом ничего не разрабатывать самостоятельно, описанные в тех будущих указаниях методические рекомендации могут уже стать неактуальными к тому моменту, когда ими разработчики решат воспользоваться.

Дистанционное обучение на постсоветском пространстве сегодня находится на начальном этапе своего формирования, для которого не может быть правильных или неправильных стратегий. А потому сейчас ученым и практикам необходимо накопить достаточный объем, прежде всего, практического опыта работы с конкретной целевой аудиторией взрослых, апробировать, какие именно составляющие ИКТ приносят желаемый эффект, а какие нет, чтобы из этого опыта методом индукции можно было вывести теоретические и методологические положения и обоснования. При этом результаты и выводы, приводимые в этой статье выше, а также выводы, которые предстоит сделать в будущем, будут эффективны тем, кто готов быстро их внедрять в уже работающую дистанционную систему.

**Заключение.** В информационном обществе актуальна проблематика непрерывного

образования взрослых. Выдвинута гипотеза, предполагающая зависимость характерного поведения людей крайних поколений от степени воздействия на них ИКТ в текущий момент времени, что не зависит от периодов их рождения и стирает предполагаемые границы между поколениями. Это позволило усовершенствовать теорию поколений путем ее адаптации к условиям информационного общества, что особенно важно для сегмента взрослых в процессе образования на протяжении всей жизни. Для практической реализации данной концепции предложена программа трансформации сформированных ранее социальных установок и стереотипов на постсоветском пространстве. В долгосрочном периоде программа предполагает формирование культуры получения образования, что не зависит от периода рождения людей, на протяжении всей их жизни. Это позволит предотвратить социально-экономическое неравенство между представителями разных возрастных групп в долгосрочном периоде. В качестве краткосрочного этапа программы предложен дистанционный формат обучения, позволяющий предотвратить возможный психологический дискомфорт. Для этого в статье предложены рекомендации по разработке и применению дистанционного формата обучения взрослых, которые могут быть особо полезны разработчикам дистанционных курсов.

#### Литература

1. Howe, N., Strauss, W. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: Perennial, 1991. 541 p.
2. Keeling, S. Advising the Millennial Generation. *NACADA Journal*, vol. 23, (2003): Pp. 30-36.
3. Lin, M. Hotel to debut pair of robot service staff. *Digital.asiaone.com*. Retrieved February 8, 2016, from <http://digital.asiaone.com/digital/news/hotel-debut-pair-robot-service-staff>.
4. Smith, M. Pepper the robot is going to staff an entire phone store. *www.engadget.com*. Retrieved January 26, 2016, from <http://www.engadget.com/2016/01/26/pepper-the-robot-staffs-a-whole-phone-store>.
5. Абрамкина М.О. Применение теории Штрауса-Хоува в менеджменте // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития, 2015. №20. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-teorii-shtrausa-houva-v-menedzhmente> (дата обращения: 12.02.2016).
6. Видео из будущего: в сети показали, как работает Amazon / *Obozrevatel.ua*, 17 января 2016, 11:10. URL: <http://finance.obozrevatel.com/economy/03518-video-iz-buduschego-v-seti-pokazali-kak-rabotaet-amazon.htm> (дата обращения: 12.02.2016).

7. Гость Земфира. Познер. Выпуск от 21.12. 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=yfQ63hvoFdE> (дата обращения: 12.02.2016).

8. Додо Пицца - первая коммерческая доставка пиццы по воздуху, June 21st, 2014. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5I22FmvEysA> (дата обращения: 12.02.2016).

9. Ивенко Л.И. Уроки американского менеджмента (вступительная статья) // Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента : Пер. с англ. М.: Дело, 1992. С. 5-17.

10. Князева Е. Н., Курдюмов С. П. Основания синергетики. Режимы с обострением, самоорганизация, темпомиры. СПб.: Питер, 2002. с. 38 – 39.

11. Концаренко Ф. «Яндекс» и Google против оптимизаторов: Как эволюционировали алгоритмы в борьбе за чистоту поиска. VC.ru, 21.04.2015. URL: <https://vc.ru/p/seo-evolution>. (дата обращения: 12.02.2016).

12. Мельник Г.С. Mass media: психологические процессы и эффекты. СПб: С.-Петербург. гос. ун-т, 1996. 167 с.

13. Павлова А.Е. Особенности применения дистанционного обучения с учетом теории поколения // Вестник Московского городского педагогического университета. Научный журнал. Серия «Информатика и информатизация образования», 2012. №1 (23). С. 64-68.

14. Юдина Н. В. Антикризисные маркетинговые инструменты инновационного развития предприятий // *Маркетинг и финансы*, 2014. Т. 1. С. 60-72.

15. Юдіна Н.В. Маркетингові аспекти футурологічних наслідків технологізації / Н.В. Юдіна // *Економіка. Управління. Інновації* [Електронне фахове видання]. - 2013. - №1. - Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2013\\_1\\_71](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_1_71).

16. Юдіна Н.В. Футурологія бренд-менеджменту дистанційних курсів / Н.В. Юдіна // *Науковий вісник. – Одеський національний економічний університет; Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки : економіка, політологія, історія. – 2013. - №22 (201). – 195 с. – Мови укр., рос. - С. 119-128.*

#### References

1. Howe N., Strauss W. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: Perennial, 1991. 541 p.
2. Keeling S. Advising the Millennial Generation. *NACADA Journal*, volume 23, (2003): pp. 30-36.
3. Lin M. Hotel to debut pair of robot service staff. *Digital.asiaone.com*. Retrieved February 8, 2016, URL: <http://digital.asiaone.com/digital/news/hotel-debut-pair-robot-service-staff>.
4. Smith M. Pepper the robot is going to staff an entire phone store. *www.engadget.com*. Retrieved January 26, 2016, URL: <http://www.engadget.com/2016/01/26/pepper-the-robot-staffs-a-whole-phone-store>.
5. Abramkina M.O. Application of the Theory of Strauss-Howe in Management. *Economy and Management: Analysis of Trends and Prospects for*

- Development*. 20, (2015). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-teorii-shtrausahouva-v-menedzhmente> (date of access: February 12, 2016).
6. Video from the Future: the Network Showed How the Amazon Works. *Obozrevatel.ua*, January 17, 2016. URL: <http://finance.obozrevatel.com/economy/03518-video-iz-buduschego-v-seti-pokazali-kak-rabotaet-amazon.htm> (date of access: February 12, 2016).
7. Guest Zemfira. Pozner. Release of December 21, 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=yfQ63hvoFdE> (date of access: February 12, 2016).
8. Dodo Pizza - the first commercial delivery of pizza by air, June 21, 2014. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5122FmvEysA> (date of access: February 12, 2016).
9. Ivenko L.I. American Management Tutorials (introductory article) // Mescon, M.H., Albert, M., Khedouri, F. *Management : translation from Engl.* Moscow: Delo, 1992. Pp. 5-17.
10. Knyazeva E.N., Kurdyumov, S.P. *The Basis of the Synergy. Regimes with Peaking, Self-organization, Paces Worlds*. Saint Petersburg : Piter, 2002. Pp.38-39.
11. Kotsarenko F. «Yandex» and Google vs. SEO: How Algorithms have Evolved in the Struggle for the Purity of Search. VC.ru, 21.04.2015. URL: <https://vc.ru/p/se0-evolution> (date of access: February 12, 2016).
12. Melnik G.S. *Mass Media: Psychological Processes and Effects*. Saint Petersburg: San-Peterburgskiy hosudarstvennyi universitet, 1996. 167 p.
13. Pavlova A.E. Particularities of Distance Learning in View of the Theory of Generations. *Herald of Moscow City Teacher Training University*. Scientific Journal. Series "Informatics and Informatization of Education". 1, (2012). Pp. 64-68.
14. Yudina N. V. Anti-crisis Marketing Tools of Innovative Development of Enterprises. *Marketing and finances*. 1, (2014). Pp. 60-72.
15. Yudina N.V. Marketing Aspects of the Futurological Consequences for Technologization. *Economics. Management. Innovation*. Electronic professional edition. 1, (2013). URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2013\\_1\\_71](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_1_71).
16. Yudina, N.V. Futurology of Distance Learning Courses of Brand-management. *Scientific herald of Odessa National University of Economics and Ukrainian Association of Young Scientists*. Science: economics, political science, history. 22 (201), (2013). Pp. 119-128.