

УДК 316.752(470+571)

В. Г. Немировский
ЦЕННОСТНЫЕ И СОЦИАЛЬНО-СОСЛОВНЫЕ ПРЕПЯТСТВИЯ НА ПУТИ
СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИИ И ЕЕ РЕГИОНОВ¹

НЕМИРОВСКИЙ Валентин Геннадьевич - доктор социологических наук, профессор, заведующий отделением социологии и общественных связей Сибирского федерального университета. E-mail: valnemirov@mail.ru.

Аннотация: В статье рассматриваются результаты социологических исследований в 14 регионах страны и России в целом, на основании которых выделяются ценностные и социально-структурные препятствия на пути социокультурной модернизации. На материалах углубленных исследований, проведенных в Красноярском крае, проанализировано отношение респондентов к различным социальным группам на базе четырех параметров: участие представителей группы в модернизации, «полезность» группы для общества, «свои» – «чужие», их престижность. Тем самым выявлен ряд проблем и противоречий, порождающих препятствия на пути социокультурной модернизации регионов России и всей страны.

Ключевые слова: регионы России, социокультурная модернизация, ценностные архетипы, социальные группы, социальные сословия.

К числу важнейших человеческих, или социокультурных измерений модернизации, которые в то же время могут выступать серьезными препятствиями на ее пути, относятся, на наш взгляд, два вида факторов: ценностные архетипы страны и составляющих ее регионов, а также социальная структура и взаимоотношения между представителями различных социальных групп. Речь идет как о стране в целом, так и о ее отдельных регионах. В частности, на основе межстрановых сравнительных исследований по методике Ш. Шварца В. Магун и М. Руднев делают вывод: «Россия характеризуется более сильной выраженностью ориентации на Сохранение и более слабой выраженностью Открытости в сравнении с большинством стран» [6]. Проведенный авторами анализ показал, что, по сравнению с жителями 27 европейских стран, у среднего россиянина сильнее выражены ценности безопасности и самоутверждения. На последних местах – забота об окружающих, открытость и самостоятельность. Типично российской чертой является также ненависть к великодушью [2]. Другие оценки этапа и динамики социокультурной модернизации России показывают, что в ней доминируют характерные для традиционалистского сознания установки на зависимость от внешних по отношению к самому человеку обстоятельств, повлиять на которые он не может, внешний локус-контроль, патерналистские ожидания и т. д.» [1, с. 53].

© Немировский В. Г., 2013

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда в рамках научно-исследовательского проекта «Динамика социокультурных процессов в Восточно-Сибирском регионе в контексте современной модернизации России (на материалах социологических исследований в Красноярском крае)», проект № 13-03-00379.

Важно учитывать, что Россия представляет собой довольно «пеструю мозаику» из различных регионов, существенно различающихся не только по своим ценностными и социо-структурным параметрам, но и по многим иным характеристикам. Возникает вопрос: на какие результаты социокультурной модернизации России мы можем рассчитывать в ближайшие годы?

Методика исследования

«Человеческие измерения» модернизации в данном исследовании репрезентировались: ценностными архетипами как ряда регионов России, так и страны в целом; отношением населения к различным социальным группам, причем рассмотренным с учетом социально-сословного измерения. Одной из причин нашего обращения к социально-сословному подходу является общеизвестный факт, что анализу социально-классовой и социально-стратификационной структуры страны посвящено огромное число исследований. Напротив, проблема наличия сословий в современной России остается дискуссионной, можно назвать лишь некоторых отечественных авторов, глубоко проанализировавших эти вопросы, прежде всего С. Г. Кордонского [3].

Эмпирической базой анализа, представленного в настоящей статье, являются материалы исследований, проведенных социологами Сибирского федерального университета, а также осуществленных нашими коллегами с помощью аналогичной методики (Типовая программа и методика «Социокультурный портрет региона» создана сотрудниками Центра изучения социокультурных изменений Института философии РАН [4]) в других регионах России по репрезентативной выборке методом формализованного интервью. Кроме того, использовались результаты Всероссийского мониторинга, проведенного ЦИСИ ИФРАН под руководством Н. И. Лапина (n = 1163) в 2010 г.

Исследуемые нами регионы относятся к четырем федеральным округам: Тульская – 2009 (n = 516), Курская – 2009 (n = 1000), Владимирская области – 2012 (n = 1000) – Центральный ФО; Вологодская – 2012 (n = 1325) – Северо-Западный ФО; Пермский край – 2011 (n = 1000), Свердловская – 2008 (n = 1000), Тюменская – 2009 (n = 1560), Челябинская области – 2011 г. (n = 1000), Ханты-Мансийский автономный округ – 2009 (n = 1800), Ямало-Ненецкий автономный округ – 2009 (n = 1150) – Уральский ФО; Омская – 2008 (n = 1230), Новосибирская области – 2010 (n = 500), Красноярский край – 2010 (n = 1000), Республика Хакасия – 2010 (n = 600), Красноярский край – 2012 (n = 1300) – Сибирский ФО. Следовательно, эмпирическую базу исследования составляют данные 15 опросов, проведенных в 14 регионах страны (дважды – в Красноярском крае), а также результаты мониторингового опроса по России в целом².

Анализ социально-структурных препятствий на пути социокультурной модернизации осуществлялся с помощью специально разработанных нами индикаторов, включенных в структуру полуструктурированного интервью, проведенного среди населения Красноярского края в 2013 г. (n = 520). Выборочная совокупность репрезентирует население Красноярского края – она была рассчитана исходя из поло-возрастной, территориальной структуры региона, а также с учетом уровня образования респондентов.

² Автор глубоко благодарен Н. И. Лапину и другим сотрудникам ЦИСИ ИФРАН, а также коллегам из различных регионов России, любезно предоставившим материалы проведенных ими исследований.

Данные обрабатывались на основе пакета прикладных программ SPSS с применением факторного анализа.

Ценностные архетипы российских регионов и страны в целом

Ценностный архетип региона – не что иное, как устойчивая латентная структура базовых ценностей его населения, существующая в массовом сознании/бессознательном, которая может быть выявлена с помощью факторного анализа. Для построения ценностных архетипов регионов мы использовали разработанную Н. И. Лапиным социокультурную модель базовых ценностей, ставшую базой для ряда исследований как в отдельных регионах России, так и в общероссийском мониторинге [5].

По результатам факторного анализа в каждом из регионов выделяются три латентные переменные с различной описательной силой: Ф-1 (23-35%), Ф-2 (10-14%), Ф-3 (7-10%). То же можно сказать и о России в целом.

Население каждого из рассмотренных регионов (как и страны в целом), демонстрирует существование **трех ценностных архетипов**. Часть из них обладает определенной спецификой. Не вдаваясь в анализ ее причин, отметим общее, что объединяет ценностное сознание / бессознательное населения данных округов. Будем учитывать только те ценности, которые имеют корреляционную взаимосвязь с латентной переменной 0,6 и выше.

Первый, наиболее мощный архетип (23–30% общей описательной силы фактора) в 11 случаях содержит в качестве наиболее значимых триаду базовых ценностей: **благополучие, семья, общительность** (правда, в двух случаях ценность «семья» не попала в эту тройку).

Второй по описательной силе ценностный архетип содержит ценности **«жертвенность – инициативность»** и существует у населения семи регионов, кроме того, в одном из регионов к нему добавляется третий компонент – **традиция** (10-14%).

Третий, несколько более слабый ценностный архетип проявляется следующим образом: в 13 случаях факторного анализа присутствует тандем **«своевольность – властьность»** (7-10%).

Обратимся к результатам факторного анализа.

1. Вологодская область:

Ф-1: своевольность (0,697), жизнь человека (0,696), свобода (0,633), инициативность (0,619) – 35%.

Ф-2: семья (0,816), независимость (0,798) – 10%.

Ф-3: жертвенность (0,792), традиция (0,733) – 10%.

2. Владимирская область:

Ф-1: благополучие (0,732), общительность (0,622), семья (0,619) – 26%.

Ф-2: инициативность (0,748) – 11%.

Ф-3: властьность (0,684), своевольность (0,624) – 8%.

3. Курская область:

Ф-1: благополучие (0,648), общительность (0,645) – 24%.

Ф-2: жертвенность (0,755), инициативность (0,695) – 11%.

Ф-3: своевольность (0,698), властность (0,689) – 8%.

4. Тульская область:

Ф-1: общительность (0,746), семья (0,687), благополучие (0,624) – 23%.

Ф-2: инициативность (0,717), жертвенность (0,687) – 11%.

Ф-3: своевольность (0,736), властность (0,683) – 9%.

5. Свердловская область:

Ф-1: семья (0,616), жертвенность (0,670), традиция (0,722) – 26%.

Ф-2: свобода (0,749), работа (0,698) – 10%.

Ф-3: своевольность (0,573), властность (0,709) – 8%.

6. Челябинская область:

Ф-1: благополучие (0,626), общительность (0,623) – 23%

Ф-2: жертвенность (0,813), традиция (0,679) – 10%.

Ф-3: своевольность (0,685), властность (0,636) – 8%.

7. Тюменская область:

Ф-1: жизнь человека (0,671), традиция (0,663) – 25%

Ф-2: порядок (0,668), работа (0,658), семья (0,620) – 11%.

Ф-3: властность (0,755), своевольность (0,572) – 8%

8. Пермский край:

Ф-1: семья (0,733), общительность (0,696), традиция (0,655), порядок (0,616) – 26%.

Ф-2: свобода (0,713), работа (0,711) – 10%

Ф-3: властность (0,743), своевольность (0,676) – 8%

9. Ханты-Мансийский автономный округ:

Ф-1: семья (0,680), общительность (0,663), благополучие (0,596) – 22%.

Ф-2: инициативность (0,761), жертвенность (0,657) – 11%.

Ф-3: своевольность (0,750), властность (0,734) – 9%.

10. Ямало-Ненецкий автономный округ:

Ф-1: благополучие (0,683), порядок (0,655), общительность (0,633), семья (0,616) – 26%.

Ф-2: инициативность (0,728), жертвенность (0,710) – 10%.

Ф-3: властность (0,798), своевольность (0,743) – 8%.

11. Омская область:

Ф-1: благополучие (0,693), общительность (0,651), семья (0,697) – 23%

Ф-2: работа (0,600), инициативность (0,734) – 10%.

Ф-3: своевольность (-0,591), властность (-0,725) – 8%.

12. Новосибирская область:

Ф-1: семья (0,828), жизнь человека (0,687), независимость (0,657), благополучие (0,596), общительность (0,593) – 30%.

Ф-2: свобода (0,851), работа (0,792), порядок (0,713) – 14%.

Ф-3: своевольность (0,722), властность (0,651), инициативность (0,621) – 9%.

13. Красноярский край (2010 г.):

Ф-1: благополучие (0,720), семья (0,691), общительность (0,676), независимость (0,625) – 26%.

Ф-2: жертвенность (0,772), инициативность (0,631) – 11%.

Ф-3: своевольность (0,701), властность (0,622) – 8%.

14. Красноярский край (2012 г.):

Ф-1: благополучие (0,782), нравственность (0,637) – 24%.

Ф-2: жертвенность (0,725), инициативность (0,701) – 10%.

Ф-3: властность (-0,691) – 8%

15. Республика Хакасия:

Ф-1: благополучие (0,700), общительность (0,691), порядок (0,667), семья (0,650) – 28%.

Ф-2: жертвенность (0,767), инициативность (0,681), традиция (0,601) – 11%.

Ф-3: своевольность (0,708), властность (0,659) – 8%.

16. Россия (2010 г.):

Ф-1: работа (0,653), общительность (0,618), семья (0,602), независимость (0,621) – 26%.

Ф-2: жертвенность (0,690), жизнь человека (0,676), традиции (0,713) – 11%.

Ф-3: властность (0,695). Описательная сила фактора – 8%.

Несмотря на наличие общих ценностных архетипов, рассматриваемые регионы заметно различаются по структуре и содержанию латентных переменных, выявленных в структуре их базовых ценностей. Вместе с тем логично выдвинуть предположение о серьезном влиянии на ценностные структуры целого ряда не учитываемых нами в данном исследовании факторов, отражающих, например, хозяйственно-исторические и иные особенности российских регионов. Например, нами не изучались те регионы страны, в которых можно предположить существование еще более специфических ценностных архетипов, обусловленных их культурно-религиозными и национально-историческими особенностями.

Отношение населения к социальным группам

Было выделено четыре критерия отношения населения региона к социальным группам:

- 1 Участие в модернизации («препятствующие модернизации» – «способствующие модернизации»).

2. Полезность для общества: «полезные» – «бесполезные».
3. Самоидентификация: («свой» – «чужой»).
4. Престиж («престижные» – «непрестижные»).

Таблица 1. Распределение ответов респондентов на вопрос «В какой мере для Вас являются способствующими модернизации или препятствующими ей представители следующих социально-профессиональных групп?», %

Социально-профессиональные группы	Однозначно, способствующие	Скорее способствующие, чем препятствующие	Трудно сказать точно	Скорее препятствующие, чем способствующие	Однозначно препятствующие
Государственные гражданские служащие	22	33	22	16	7
Высшие государственные чиновники	27	28	17	18	10
Военнослужащие	21	34	30	11	4
Судьи	13	25	41	13	8
Правоохранители	15	25	35	17	8
Муниципальные служащие	19	29	30	15	7
Политики	25	33	19	12	11
Депутаты	23	31	22	11	13
Бюджетники (врачи, учителя, библиотекари и др.)	27	32	25	12	4
Спецслужбы	22	32	33	8	5
Казаки	8	11	44	18	19
Лица свободных профессий	16	30	37	10	7
Наемные работники	11	22	38	16	13
Представители малого бизнеса	23	43	21	9	4
Представители среднего бизнеса	30	43	18	6	3
Представители крупного бизнеса	40	36	14	6	4
Студенты	44	32	18	3	3
Трудовые мигранты	6	8	32	20	34
Крестьяне	16	21	33	13	17
Пенсионеры	8	10	37	22	23
Инвалиды	8	12	42	15	23
Безработные	3	5	25	18	49
Заключенные	1	2	21	13	63
Другие (отметьте, кто именно): _____	7	7	73	0	13

Согласно таблице 1, в той или иной мере **способствующие модернизации** (однозначно, способствующие + скорее способствующие, чем препятствующие):

- от трех четвертей до двух третей опрошенных относят к таковым следующие социальные группы: представители крупного бизнеса, студенты, представители среднего бизнеса, представители малого бизнеса.
- от двух третей до половины: бюджетники, политики, государственные гражданские служащие, высшие государственные чиновники, военнослужащие, депутаты, спецслужбы;
- от половины до трети опрошенных: муниципальные служащие, лица свободных профессий, правоохранители, судьи, крестьяне, наемные работники;
- менее трети респондентов: инвалиды, казаки, пенсионеры, трудовые мигранты, безработные и заключенные.

В той или иной мере **препятствующие модернизации** (однозначно, препятствующие + скорее препятствующие, чем способствующие):

- от трех четвертей до двух третей опрошенных относят к таковым следующие социальные группы: заключенные и безработные;
- от половины до трети респондентов считают такими: трудовых мигрантов, пенсионеров, инвалидов, казаков;
- менее трети жителей региона: крестьян, наемных работников, высших государственных чиновников, правоохранителей, депутатов, политиков, государственных гражданских служащих, муниципальных служащих, судей, лиц свободных профессий, военнослужащих, бюджетников, спецслужбы, представителей малого бизнеса, представителей крупного бизнеса, представителей среднего бизнеса, студентов.

Приведенные выше данные отражают поверхностный, вербальный уровень массового сознания / бессознательного респондентов. Более глубокие данные позволяют получить использование факторного анализа. В частности, были выявлены четыре латентные переменные в массовом сознании / бессознательном респондентов, отражающие их мнения об участии в модернизации тех или иных социальных групп:

Ф-1. Представители среднего бизнеса (0,912), представители крупного бизнеса (0,882), представители малого бизнеса (0,838), наемные работники (0,673), лица свободных профессий (0,629). Описательная сила фактора – 25%. Назовем этот фактор **«активные модернизаторы»**.

Ф-2. Пенсионеры (0,899), инвалиды (0,801), крестьяне (0,723), казаки (0,624), заключенные (0,604), студенты (0,569), бюджетники (0,565), трудовые мигранты (0,529). Соответственно, 16% – **«однозначно препятствующие модернизации»**.

Ф-3. Депутаты (0,823), высшие государственные чиновники (0,758), политики (0,649), государственные гражданские служащие (0,562), безработные (0,493), муниципальные служащие (0,449); 11% – **«скорее способствующие, чем препятствующие»**.

Ф-4. Судьи (0,851) правоохранители (0,781), военнослужащие (0,647); 8% – **«нейтральные»**.

Достаточно близок по смыслу к выше оцененному критерию критерий «полезности» социальных групп для общества, хотя, разумеется, он имеет и свои особенности.

По мнению респондентов, в той или иной мере являются **«полезными»** (приносят обществу только пользу + приносят обществу больше пользы, чем вреда):

- от четырех пятых до половины опрошенных к таковым отнесли: бюджетников (врачи, учителя, библиотекари и др.), военнослужащих, представителей малого бизнеса, наемных работников, лиц свободных профессий, представителей среднего бизнеса, студентов.
- от половины до трети опрошенных «полезными для общества» считают: сотрудников спецслужб, судей, правоохранителей, представителей крупного бизнеса, государственных гражданских служащих, государственных муниципальных служащих;
- менее трети респондентов относят к той или иной мере полезным такие группы, как: пенсионеры, казаки, трудовые мигранты, инвалиды.

Приносящими в той или иной мере **«вред»** обществу (приносят обществу только вред + приносят обществу больше вреда, чем пользы) жители региона считают следующие социальные группы:

- от более половины до примерно половины опрошенных: заключенные, безработные;
- менее трети респондентов отнесли к бесполезным следующие группы: политики, депутаты, другие (алкоголики, наркоманы, бездомные, преступники, сектанты, олигархи, эмигранты) и высшие государственные чиновники.

С помощью факторного анализа установлено пять латентных переменных в массовом сознании / бессознательном респондентов, отражающие их мнения о пользе для общества тех или иных социальных групп.

Ф-1 объединяет те социальные группы, которые почти никакой пользы государству не приносят. Это государственные гражданские служащие, высшие государственные чиновники, судьи, правоохранители, государственные муниципальные служащие, профессиональные политики, трудовые мигранты (описательная сила фактора – 19%).

Ф-2 выражает мнения о группах, которые приносят слабую пользу государству: представители малого бизнеса, представители среднего бизнеса, представители крупного бизнеса, наемные работники, студенты, пенсионеры (16%).

Ф-3 описывает те группы, которые приносят государству основную пользу: бюджетники, работники спецслужб, военнослужащие, лица свободных профессий (14%).

Ф-4 характеризует группы, которые, судя по оценкам опрошенных, выступают в роли социальных иждивенцев: инвалиды, безработные, заключенные (11%).

Ф-5 – казаки и «другие» (открытый вариант ответа). Среди «других» преобладают социальные группы, имеющие в массовом сознании респондентов негативную коннотацию: алкоголики, наркоманы, бездомные, преступники, сектанты, олигархи, эмигранты и т. п. Поэтому можно сделать вывод, что фактор описывает мнения опрошенных о малопонятных социальных группах, но при этом явно для них неприятных (9%) [7].

Таблица 2. Распределение ответов респондентов на вопрос «В какой мере для Вас являются “своими” или “чужими” представители следующих социально-профессиональных групп?», %

Социально-профессиональные группы	Однозначно, свои	Скорее свои, чем чужие	Трудно сказать точно	Скорее чужие, чем свои	Однозначно чужие
Государственные гражданские служащие	18	28	18	24	12
Высшие государственные чиновники	5	15	16	26	38
Военнослужащие	27	31	20	11	11
Судьи	8	20	25	22	25
Правоохранители	11	27	21	24	17
Муниципальные служащие	19	35	18	17	11
Политики	5	10	19	27	39
Депутаты	6	12	15	27	40
Бюджетники (врачи, учителя, библиотекари и др.)	46	36	10	5	3
Спецслужбы	15	28	26	14	17
Казачи	14	15	26	17	28
Лица свободных профессий	21	34	26	11	8
Наемные работники	20	33	22	14	11
Представители малого бизнеса	24	37	16	15	8
Представители среднего бизнеса	16	32	23	18	11
Представители крупного бизнеса	10	13	24	26	27
Студенты	57	24	9	7	3
Трудовые мигранты	3	9	17	25	46
Крестьяне	39	24	17	9	11
Пенсионеры	54	25	11	6	4
Инвалиды	38	25	19	10	8
Безработные	16	20	32	17	15
Заклученные	4	6	22	18	50
Другие (отметьте, кто именно): _____	42	7	44	5	2

В той или иной мере относят представителей социальных групп к «своим», иначе говоря, идентифицируют себя с ними (табл. 2):

- от 82% до 63% респондентов: с бюджетниками, студентами, пенсионерами;
- от 63% до 53%: с крестьянами, инвалидами, представителями малого бизнеса, лицами свободных профессий, муниципальными служащими, наемными работниками;
- менее половины (от 48% до 36%): с представителями среднего бизнеса, государственными гражданскими служащими, спецслужбами, правоохранителями, военнослужащими, безработными;

- от 29% и менее: с казаками, судьями, представителями крупного бизнеса, высшими государственными чиновниками, депутатами, политиками, трудовыми мигрантами, заключенными.

Напротив, в той или иной мере считают представителей социальных групп «чужими», т. е. антиидентифицируют себя с ними:

- от 71% до двух третей опрошенных называют «чужими» трудовые мигранты; заключенных; депутатов; политиков;
- приблизительно от двух третей респондентов (64%), указывающих высших государственных чиновников, до половины (53%) – представителей крупного бизнеса;
- от менее половины до трети респондентов относят к «чужим» судей, казаков, правоохранителей, государственных гражданских служащих;
- от 32% до четверти жителей региона считают «чужими» безработных, сотрудников спецслужб, представителей среднего бизнеса, муниципальных служащих, наемных работников; представителей малого бизнеса;
- 22% и менее опрошенных жителей Красноярского края антиидентифицируют себя с военнослужащими, крестьянами, инвалидами, лицами свободных профессий; студентами, пенсионерами и бюджетниками.

На основании факторного анализа выделено пять латентных переменных в массовом сознании/бессознательном жителей региона, отражающих их мнение о «своих» – «чужих» социальных группах.

Ф-1. Инвалиды (0,809), пенсионеры (0,759), студенты (0,706), крестьяне (0,689), бюджетники (0,558), военнослужащие (0,545), казаки (0,421), представители крупного бизнеса (-0,423). Описательная сила фактора – 21%.

Ф-2. Представители среднего бизнеса (0,908), представители малого бизнеса (0,852) лица свободных профессий (0,745), наемные работники (0,656), представители крупного бизнеса (0,450). Соответственно, 15%.

Ф-3. Спецслужбы (0,753), правоохранители (0,706), муниципальные служащие (0,559), судьи (0,550), высшие государственные чиновники (0,571). – 10%.

Ф-4. Политики (0,813), депутаты (0,788), государственные гражданские служащие (0,612) – 9%

Ф-5. Заключенные (0,704), трудовые мигранты (0,652), безработные (0,585) – 6%

Можно предположить, что все пять факторов описывают «своих» для различных групп респондентов, которые заметно различаются по количественному составу.

Таблица 3. Распределение ответов респондентов на вопрос «В какой мере для Вас являются «престижными» или «непрестижными» представители следующих социально-профессиональных групп?», %

Социально-профессиональные группы	Однозначно, престижные	Скорее престижные, чем не престижные	Трудно сказать точно	Скорее не престижные, чем престижные	Однозначно не престижные
Государственные гражданские служащие	41	34	13	6	6
Высшие государственные чиновники	56	26	9	4	5
Военнослужащие	38	34	15	9	4
Судьи	55	27	11	3	4
Правоохранители	28	32	21	11	8
Муниципальные служащие	19	29	28	18	6
Политики	43	25	16	7	9
Депутаты	47	22	13	7	11
Бюджетники (врачи, учителя, библиотекари и др.)	22	21	18	24	15
Спецслужбы	40	30	18	7	5
Казаки	9	13	38	18	22
Лица свободных профессий	11	24	36	17	12
Наемные работники	7	17	27	28	21
Представители малого бизнеса	20	42	21	12	5
Представители среднего бизнеса	34	42	15	6	3
Представители крупного бизнеса	58	26	9	3	4
Студенты	29	27	21	12	11
Трудовые мигранты	3	4	17	23	53
Крестьяне	11	10	17	27	35
Пенсионеры	10	8	22	23	37
Инвалиды	6	2	23	20	49
Безработные	2	1	9	16	72
Заклученные	0	1	6	6	87
Другие (отметьте, кто именно): _____	13	3	69	6	9

Традиционно престиж той или иной социальной группы выступает одним из важнейших ее общественных характеристик.

- от 84% до трех четвертей респондентов (75%) считают в той или иной мере престижными представителей крупного бизнеса крупного бизнеса, высших государственных чиновников, судей, представителей среднего бизнеса, государственных гражданских служащих (табл. 3);
- более половины опрошенных (72% – 56%) считают престижными военнослужащих, работников спецслужб, политиков, депутатов, представителей малого бизнеса, правоохранителей и студентов;
- менее половины – четверть респондентов относят к престижным группам муниципальных служащих, бюджетников, лиц свободных профессий;
- от четверти опрошенных до менее одной пятой (24% – 18%) считают престижными наемных работников, казаков, крестьян, пенсионеров;

- для менее 10% жителей региона в той или иной мере престижны инвалиды, трудовые мигранты, безработные, заключенные;
- от 93% до 60% респондентов относят к не престижным группам заключенных, безработных, трудовых мигрантов, инвалидов, крестьян и пенсионеров;
- от половины до четверти опрошенных считают не престижными наемных работников, казаков, лиц свободных профессий, бюджетников;
- от 24% до 12% жителей Красноярского края полагают, что в той или иной мере не престижны такие группы, как муниципальные служащие, студенты, правоохранители, депутаты, представители малого бизнеса, политики, военнослужащие, государственные гражданские служащие, сотрудники спецслужб;
- от 9% до 7% респондентов считают не престижными высших государственных чиновников, представителей среднего бизнеса, судей, представителей крупного бизнеса.

Использование факторного анализа позволило выявить в массовом сознании / бессознательном респондентов три латентные переменные, отражающих их мнения о престижности тех или иных социальных групп.

Ф-1. Бюджетники (0,735), депутаты (-0,725), политики (-0,714), представители крупного бизнеса (-0,648), высшие государственные чиновники (-0,643), пенсионеры (0,643), инвалиды (0,630), безработные (0,605), крестьяне (0,577), студенты (0,507), заключенные (0,414). Описательная сила фактора 25%.

Ф-2. Правоохранители (0,830), муниципальные служащие (0,748), судьи (0,734), военнослужащие (0,708), государственные гражданские служащие (0,708), высшие государственные чиновники (0,573), политики (0,489), депутаты (0,454). Соответственно 19%.

Ф-3. Лица свободных профессий (0,843), представители малого бизнеса (0,757), представители среднего бизнеса (0,738), трудовые мигранты (0,546), казаки (0,540), спецслужбы (0,421) – 9%.

Как видим, первый фактор носит биполярный характер. Это может свидетельствовать о том, что для респондентов – носителей выражаемых им мнений, например, престижны бюджетники и пенсионеры, но не престижны депутаты и представители крупного бизнеса. Второй фактор выражает престижность так называемых «титульных сословий», третий – также и нетитульных.

Выводы

В массовом сознании / бессознательном ряда регионов России (как и всей страны в целом) выделены три ценностных архетипа. **Первый выражает социально-гедонистические ориентации, второй – социально-альтруистические ориентации и стремление к поддержанию существующего порядка, третий описывает садомазохистские ориентации.** Логично предположить, что подобная структура ценностных архетипов не является активным фактором эффективного развития процессов социокультурной модернизации, а напротив, выступает серьезным барьером на их пути.

Что касается социально-структурных барьеров, рассмотренных с учетом социально-сословного подхода, то выделенные нами четыре критерия (участие в модернизации, «полезность» для общества, самоидентификация, престиж) показывают:

- «способствующими модернизации» респонденты считают чаще представителей высокодоходных и высоко статусных социальных групп, но к «полезным» для общества относят в основном представителей нетитульных сословий и низко- и среднедоходных социальных групп;
- большинство опрошенных считают «своими» тех лиц, кто относится к нетитульным сословиям, но к «престижным» относят представителей главным образом титульных сословий и высокодоходных социальных групп, соответственно зачастую считая их «чужими».

Таким образом, в массовом сознании / бессознательном респондентов не совпадают представления о том, какие социальные группы способствуют модернизации, а какие – приносят пользу обществу (отсюда можно сделать логичный вывод, что модернизация не всегда трактуется как польза для общества). Признание ряда «престижных» социальных групп «чужими» свидетельствует о серьезном диссонансе в массовом сознании респондентов. В начале XX в. богатые купцы и высокородные дворяне также были в России престижными группами, но для огромной массы «остального» населения страны оставались «чужими». Последствия этого известны.

Поэтому ответ на вопрос, сформулированный нами в начале статьи: «на какие результаты социокультурной модернизации России мы можем рассчитывать в ближайшие годы?», судя по результатам приведенных исследований, очевидно, будет звучать как «достаточно скромные».

Социокультурная модернизация современного российского общества подразумевает серьезную трансформацию не только его социальной структуры, но и ценностных приоритетов населения. Необходима активная реализация целевых мер социальной политики, направленных на их изменение с учетом стратегических целей модернизации, которые нацелены на трансформацию ценностной и социальной структуры общества.

Литература

- 1 Готово ли российское общество к модернизации: аналит. доклад / Рос. акад. наук, Ин-т социологии ; подгот. в сотрудничестве с Представительством Фонда им. Ф. Эберта в Российской Федерации; рук. М. К. Горшков. М., 2010.
- 2 Денисова М. Россияне не хотят быть самостоятельными // Оpececonomy: эксперт. портал Высш. шк. экономики. URL: <http://www.opec.ru/1527244.html>.
- 3 Кордонский С. Сословная структура постсоветской России. М., 2008. – 216 с.
- 4 Лапин Н. И. Социокультурный подход к изучению эволюции России и ее регионов // Регионы в России: социокультурные портреты регионов в общероссийском контексте. М., 2009. С. 15–40.
- 5 Лапин Н. И. Динамика ценностей населения реформируемой России. М.: Эдиториал УРСС, 1996. – 224 с.; Лапин Н. И. Модернизация базовых ценностей россиян // Социологические исследования. 1996. № 5. С. 3–20; Лапин Н. И.

- Базовые ценности и социокультурная трансформация России // Социология власти. 1999. № 4. С. 74–85; Лапин Н. И. Как чувствуют себя и к чему стремятся россияне // Социологические исследования. 2003. № 6. С. 78–87; Лапин Н. И. Функционально-ориентирующие кластеры базовых ценностей населения России и ее регионов // Социологические исследования. 2010. № 1. С. 28–36.
- 6 Магун В., Руднев М. Ценностный портрет россиян на европейском фоне: Россия в зеркале Европейского социального исследования // ДемоскопWeekly: [веб-сайт]. 2012. № 503--504. URL: <http://demoscope.ru/weekly/2012/0503/tema01.php>.
- 7 Немировский В. Г. Массовое сознание жителей сибирского региона: представления о себе и о России // Социологические исследования. 2013. № 4