

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АППЕРЦЕПЦИИ

ГЕГЕР А. Э., САГАНЕНКО Г. И.

ПРАГМАТИКА ИЛИ РОМАНТИКА СОЦИОЛОГИИ: БОРЬБА ЗА АБИТУРИЕНТА

Представлены результаты социологического исследования обращений к абитуриентам на сайтах социологических факультетов и кафедр российских вузов. Выявлена распространенность социологического образования в России. Делается вывод о дисциплинарном плюрализме при организации кафедр и меж- профессиональном универсализме социологической профессии, транслируемом на сайтах этих кафедр. Результаты исследования позволили установить различие в ценностях социологической профессии между типами вузов, региональными и столичными: если в регионах демонстрируются преимущественно «материалистические» ценности, то для столиц характерна приверженность «постматериалистическим» ценностям.

Ключевые слова: ценности, профессиональные ценности, материалистические ценности, постматериалистические ценности, социология, социологическое образование, борьба за студента

Введение

Ситуацию самопрезентации структур социологического образования мы попытаемся увязать с дифференциацией регионов по уровню жизни: столицы — это один класс, провинция — другой. На сегодняшний день дифференциацию в уровне жизни между регионами и «столичными» мегаполисами вполне можно назвать драматичной. Эту ситуацию как нельзя лучше описывает русская поговорка «кому жемчуг мелок, а кому суп жидок». Для подтверждения этого тезиса обратимся к фактам.

По данным опроса «Левада-центра» в мае 2017 года 80 % россиян никогда не были за рубежом и вообще не планируют когда-либо выезжать за границу; более того, по данным того же «Левады-центра» от 2014-го года, 72 % россиян никогда не имели загранпаспортов (Россияне на планируют...2017).

Кризисные явления 2014–2016 гг. подтолкнули социологов более внимательно и детально заняться изучением уровня жизни в стране.

В книге 2017 года под редакцией академика, директора ФНИСЦ РАН М. К. Горшкова «Российское общество и вызовы времени» дается всесторонний анализ современной жизни россиян. Любопытны следующие данные осени 2016 года: в условиях кризиса 20 % наших соотечественников в качестве основного источника дохода (помимо зарплаты и пенсии) называют свой приусадебный участок (Российское общество... 2017: 31). Таким образом, пока 20 % населения, а это преимущественно жители мегаполиса, проводят свои отпуска в заграничных путешествиях, 20 % жителей этой же страны «отдыхают», копя картофель. Правда, кризисные явления, по словам экспертов, уже сходят на нет, однако жителям сел и малых городов это не прибавляет оптимизма: по данным того же опроса 38 % жителей мегаполисов ожидали улучшения своего материального положения, тогда как в селах эта доля минимальна и осенью 2016 г. достигала лишь 19 % (Российское общество... 2017: 19).

Поясним, как названная выше ситуация отображается в результатах нашего исследования. Результаты показывают, и в очередной раз подтверждают теорию А. Маслоу, а также, основанную на ней, теорию американского политолога и социолога Р. Инглхарта о «материалистических и постматериалистических ценностях». Согласно теории Р. Инглхарта, население «бедных» стран является по своему ценностному профилю преимущественно «материалистами», в то время как богатое население — демонстрирует «постматериалистические» ценности, которые являются необходимым условием развития гражданского общества и модернизации в целом.

В то время как стратегия в отношении консолидации российского общества остается планами на бумаге¹, налицо ценностный раскол. Этот раскол затрагивает абсолютно все области и ценностный профиль социологической профессии, который разнится в регионах и столицах, не исключение.

Если в регионах ценности социологической профессии преимущественно «материалистические», то в мегаполисах — ситуация противоположная, здесь идет явный уклон в «постматериализм». Если в регионах

¹ Исключение составляет называемый социологами «крымский эффект», когда в опросах 2014–2015 гг., в связи с воссоединением Крыма и России, абсолютно все основные показатели социального самочувствия населения достигли исторического максимума, а общество переживало возрождение и было консолидировано в едином порыве как никогда. Однако, на сегодняшний день «крымский эффект» себя исчерпал.

делается упор на прикладную социологию и усиление изоморфизма социологии со сферой маркетинговых исследований, на прагматизм, межпрофессиональный универсализм и дисциплинарный плюрализм, то вузы столичные, напротив, заявляют другие козыри и декларируют упор на всестороннюю фундаментальную подготовку и глубокое знакомство с теориями, здесь царит романтизм, самооценność профессии и монодисциплинарность.

Теоретические основания исследования

В России наиболее пристальное внимание к социологии уделяется в ФНИСЦ РАН, где уже много лет успешно существует сектор социологии науки под руководством Л. А. Козловой, в котором исследуются социальные и когнитивные процессы, характеризующие развитие российской социологии и социологического знания. В 2010 году была опубликована монография «Теория и методология в практиках российских социологов: постсоветские трансформации» (Теория и методология...2010), в основе которой лежат масштабные эмпирические исследования: были опрошены эксперты-социологи, также приведены данные всероссийского опроса населения о социологии как науке и профессии социолога. С завидной периодичностью выходят статьи, посвященные данной теме.

Нами выявлена своего рода «регионализация» характера обращений социологических факультетов и кафедр к будущим студентам. Для интерпретации обнаруженных различий мы привлекли теоретическую концепцию Р. Инглхарта²: богатые столицы и бедные регионы, высокие амбиции и заземленные запросы. Его исследования неоднократно подтверждали справедливость гипотезы о взаимосвязи материального достатка и ценностной сферы: ему удалось выяснить, что бедные страны, регионы, семьи привержены «материалистическому» набору ценностей, в то время как страны, регионы, семьи с высоким уровнем доходов предпочитают ценности «постматериалистической» парадигмы (Инглхарт, Вельцель, 2011). Продолжая традицию Инглхарта, рассмотрим, как региональная принадлежность влияет на профессиональные ценности. Дифференциация в доходах регионов и столиц позволяют нам использовать эту модель в объяснении различий в цен-

² Р. Инглхарт — руководитель масштабного проекта «Всемирное исследование ценностей». Его проект уже охватывает более 100 стран

ностных профилях социологической профессии, презентация которой дается на сайтах социологических кафедр и факультетов российских вузов.

Методы и данные

Настоящее исследование выполнено в парадигме смешанных методов (mixed-methods research), которая подразумевает совмещение количественных и качественных методов сбора и анализа социологической информации (Creswell J. and Plano Clark V. 2011; Creswell J. 2013). В нашем случае мы совместили количественный контент-анализ текстов, полученных с сайтов социологических кафедр и факультетов, с его качественным анализом, интерпретацией. В выполнении этих задач нам помогала специализированная компьютерная программа «ВЕГА», которая позволяет получать различные виды словарей — *частотные* (все употребляемые в идентификационном массиве слова ранжируются по частоте их использования в массиве), *алфавитные* (слова из массива выстраиваются в алфавитном порядке) и *пермутационные* (каждое слово массива выстраивается в алфавитном порядке, причем вместе со своим контекстом). Каждый тип словаря добавляет свои возможности по уточнению интерпретации сказанного³.

Характеристика массива: данные 100 социологических факультетов и кафедр, рабочих сайтов 82, релевантных текстов обращений 58, всего слов 33 465, из них уникальных (разных) слов 4 675.

Результаты исследования

1. Социологическое образование на карте России

Как уже отмечалось, анализ основывается на данных, собранных с сайтов социологических факультетов и кафедр российских вузов. Всего база включает в себя 100 государственных вузов, где преподается социология. Надо сказать, что разительных перемен за последние семь лет (со времени предыдущего аналогичного исследования) не произошло. Тогда государственных вузов было 113 (Окольская 2010). Из 100 государственных вузов 81 являются региональными, и, соответственно, 19 — это столичные вузы (Москва и Санкт-Петербург). Больше половины социологических факультетов и кафедр находятся в федеральных или

³ ПО «Вега» разработано социологом, профессором Г. И. Саганенко (СИ РАН) совместно с программистами Е. А. Каневским и К. К. Боярским (СПбЭМИ РАН).

городских государственных вузах (таких, как СПбГУ или МГУ) — 54; кафедр в технических вузах оказалось 18; гуманитарных — 28. Всего социология представлена в вузах 63 городов России (от Мурманска до Магадана). Географию распространения социологического образования можно увидеть на рис. 1.

В ходе анализа данных по распространённости социологического образования не обошлось без курьезов. Так, социологию преподают в ДАЛЬРЫБВТУЗЕ — Дальневосточном государственном техническом рыбохозяйственном университете (специализация — социология рекламы). В Липецком государственном педагогическом университете четко усвоили последние российские тенденции: здесь социология соседствует с теологией на кафедре философии, социологии и теологии.

Определенную пищу для размышлений дает анализ структур социологического образования через принцип организации факультетов и кафедр. Обнаружено три принципа: 1) организация чисто социологических факультетов — всего таковых обнаружено шесть и это в столицах, где вузы могут себе это позволить: обеспечить себя необходимым количеством студентов. 2) объединение дисциплин; 3) принцип специализации.

Основным выступает принцип объединения дисциплин, прослеживается определенный дисциплинарный плюрализм: например, «кафедра связи с общественностью, политологии, психологии и права» — и социология здесь не упоминается вовсе, однако преподается.

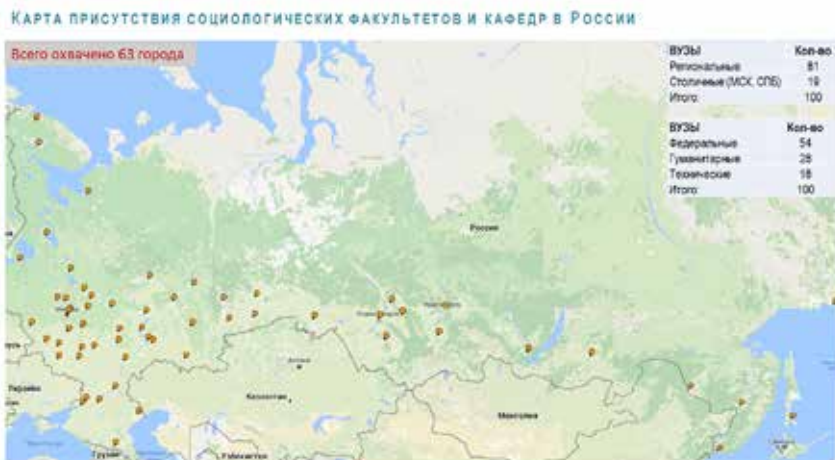


Рис. 1. География социологических факультетов и кафедр в России

II. «И чтец, и жнец, и на дуде игрец»: межпрофессиональный универсализм социологов

Дисциплинарный плюрализм при организации кафедр, на которых преподается социология, как бы подразумевает межпрофессиональный универсализм самих социологов. «Социолог — это, прежде всего, специалист широкого профиля, способный реализовать себя в различных сферах деятельности» — пишут на сайте вуза из Ростовской области. И, действительно, широта возможностей трудоустройства, представленного на сайтах, практически не имеет границ: от ученого до банкира или режиссера телеканала до работника правоохранительных органов. В таблице ниже представлен рейтинг профессий / сфер трудоустройства, на которые может претендовать выпускник социологической кафедры (факультета).

Таблица 1

Рейтинг сфер трудоустройства для социологов

№		Количество упоминаний	
		число	%
1	Научные центры, вузы	34	22
2	Государственное и муниципальное управление	16	10
3	Маркетинг	14	9
4	Социологические/консалтинговые центры	14	9
5	PR-менеджер	11	7
6	СМИ	9	6
7	Менеджер по персоналу / кадровые агентства	8	5
8	Общественные организации	7	5
9	Избирательные компании	5	3
10	Социальная сфера	4	3
11	В судебных и правоохранительных органах	3	2
12	Рекламные службы	2	1
13	Банки	2	1
14	Другое	24	16
	Итого:	153	100

Как видно из таблицы, представленный рейтинг возможных профессий носит дисперсный характер: по сути шансы устроиться в одной из названных сфер: научным сотрудником или госслужащим, маркетоло-

логом или PR-менеджером, кадровиком или даже журналистом — почти одинаковы. При этом в категорию «Другое» отнесены 24 различные специальности, которые упоминаются разово и поэтому не подверглись классификации. Таким образом, обладатели диплома социолога могут устроиться по 37 специальностям (!).

Сайты кафедр пестрят историями успеха: выпускники-социологи трудоустраиваются в «Газпром» и «Сбербанк», а выпускница Ставропольского вуза даже работает в штаб-квартире ООН в Нью-Йорке. Абитуриент просто обязан понять, что профессия социолога настолько универсальна, что открывает буквально все двери. Вместе с тем в обращениях на сайтах наблюдается определенное противоречие: там как бы говорится «работать вы можете кем угодно, но не забывайте, что вы социологи». В ряде случаев делаются попытки внушить гордость за профессию и принадлежность к определенной «профессиональной касте». Прослеживается это через рассказы о «посвящении в социологи» и о масштабных празднованиях «Дня социолога». Что любопытно, сразу несколько вузов конкурируют за авторство самой идеи этого праздника.

В размытости и дисперсности профессии социолога существует несколько проблем: это как проблемы с самоидентификацией самого профессионального сообщества, раскол профессионального сообщества на «истинных социологов» и «полстеров», организаторов опросов общественного мнения / маркетинговых исследований; так и проблемы с мотивацией студентов: стоит ли всерьез относиться к своей профессии, а значит и учебе, если сама профессия настолько размыта и неопределенна, что можно заниматься после ее получения практически любой деятельностью.

III. Ценностный характер профессии — от регионов к столицам

Остановимся более подробно на центральном «конфликте», который был вынесен нами из анализа информации на сайтах социологических факультетов и кафедр российских вузов. Это «конфликт» «прагматизма» и «романтизма». Ниже представлен фрагмент частотного словаря из программы «Вега».

Итак, на первом месте, с большим отрывом разместились «исследования» — о них в среднем говорится 5,5 раз в каждом обращении; на втором месте — «научного» — 3,9 раза. Однако сам по себе частотный словарь дает нам лишь приблизительное представление об основном содержании текстов, помещенных в изучаемую базу. Возможность

Таблица 2

Фрагмент частотного словаря

№	Слово	Частота встречаемости в массиве	Средняя частота встречаемости в отдельном обращении
1	ИССЛЕДОВАНИЯ	318	5,5
2	НАУЧНОГО	229	3,9
3	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	177	3,1
4	ОРГАНИЗАЦИИ	174	3,0
5	ФАКУЛЬТЕТА	167	2,9
6	ОБРАЗОВАНИИ	159	2,7
7	УНИВЕРСИТЕТА	152	2,6
8	ОБЩЕСТВЕ	149	2,6
9	УПРАВЛЕНИЯ	149	2,6
10	НАПРАВЛЕНИЮ	146	2,5
11	РАЗВИТИЯ	146	2,5
12	СОЦИОЛОГИ	146	2,5
13	ЦЕНТРЕ	130	2,2
Всего текстов		58	

продвинуться дальше дает пермутационный вывод, с помощью которого выявляется контекст, в котором упоминается то или иное слово из частотного словаря.

В ходе анализа выявлено, что словосочетание «социологическое исследование», как правило, существует в контексте сугубо практическом. Довольно часто упоминается о связи социологических и маркетинговых исследованиях, часто эти два понятия взаимозаменяются.

Так, Алтайский государственный университет на своем сайте даже рекламирует собственные услуги по проведению маркетинговых исследований. Как конкурентное преимущество практически всегда позиционируется кадровый потенциал кафедры (факультета) — указывается количество кандидатов и докторов наук, часто дается список публикаций и проектов, поддержанных грантами; всячески подчеркивается принадлежность к научному сообществу. Однако здесь происходит то ли смысловой дуализм, то ли вовсе подмена понятий: с одной стороны вас приглашают в науку, а с другой стороны с порога же заявляют, что это не некая «высокая наука», а вполне реальная, практичная

деятельность. Едва ли не у каждой кафедры в региональном вузе есть своя социологическая лаборатория; но эта лаборатория преимущественно выполняет заказы не для удовлетворения собственного научного интереса («высокая наука»), а по заказу государственных структур, органов регионального и муниципального управления. Практически повсеместно абитуриента «успокаивают» в том, что «фундаментальная подготовка сочетается с **практико-ориентированной** учебно-образовательной деятельностью», что «студенты активно участвуют в работе кружка студенческого научного общества, проведении **прикладных** социологических исследований».

Как отмечает социолог Л. Окольская, проводившая аналогичное нашему исследование, «общество должно понимать, чем занимается группа профессионалов; лишь тогда эта группа может рассчитывать на привилегии и вознаграждения» (Окольская 2010: 21). В этом заключается часть прагматизма. Значит, нужно какое-то емкое и привлекательное определение социологии, которое выделяет ее на рынке профессий и рынке труда. И вот возникают определения: «Спектр научных интересов сотрудников Института широк: «...» **конструирование реальности** в средствах массовой информации»; «Проблемное поле социолога включает в себя анализ сфер деятельности людей, где требуется понимание, объяснение **и воздействие на поведение** людей»; «учащиеся вникнуть в суть организационной психологии, а это необходимо знать для **управления массами**» (грамматика сохранена).

Итак, социолог «конструирует реальность», «воздействует на людей» и все это, «чтобы управлять массами». Перспективы довольно радужные. А теперь вернемся к частотному словарю. Идеей управления в явном и неявном виде пронизаны практически все тексты. Слова «общество» и «управление» встречаются в среднем 2,6 раза в каждом тексте. Если рассматривать контекст употребления слова «управление», то таких контекстов несколько — это и собственно название кафедр, это управление на предприятиях и, наконец, это работа в органах государственного управления. Навыки «управления массами» вкупе с возможностью устроиться на работу чиновником открывают свободу, казалось бы, несбыточным ранее мечтам о сытой и богатой жизни; ведь профессия социолога — это пропуск в коридоры власти. И. Денисова и др. описывают отношение жителей России к переходным процессам и их роли для страны. Авторы приходят к выводу, что среднестатистический россиянин подвержен так называемому когнитивному диссонансу — уверенность в необходимости глубокого вмешательства в экономи-

ку со стороны государства сочетается с полным отсутствием доверия к отдельным политическим институтам (Denisova I. et al. 2007). На наш взгляд, это происходит опять же из-за колоссальной дифференциации в уровне жизни управленцев во власти, чиновников и простых россиян. Проще говоря: «мы их ненавидим, потому что мы не они, но нам очень бы хотелось стать ими (потому что «богатая жизнь»)». Дополнительные перспективы открываются при условии сотрудничества региональных и столичных вузов: существует явная возможность «зацепиться» в столицах. Похожая ситуация и у столичных вузов — только они, кроме того, рекламируют свои тесные связи с зарубежными университетами. Идея стремительной социальной мобильности через профессию заложена практически во всех обращениях кафедр. Как региональных, так и столичных; но у столичных явно прослеживается «добавленная стоимость»: «романтизм профессии». Немного слов о нем.

В столичных вузах не все так очевидно и однозначно, как в региональных, где абитуриентов гарантированно обучают навыкам «управления массами». Вот что пишут на сайте социологического факультета СПбГУ:

«возьмем за основу научную точку зрения, что общество представляет собой сложную самоорганизующуюся систему, обладающую огромным количеством свойств и характеристик. Это система более сложная, чем биологический организм или какая-либо техническая система, и управлять ею как машиной не получится. Тем не менее, чем лучше мы знаем эти системные свойства и характеристики общества, социальные связи и взаимодействия, тем эффективнее происходит и развитие самого общества».

Здесь социология предстает не готовой рецептурной книгой, а стремительно развивающейся дисциплиной на пути к далекой, но вполне достижимой и надежной истине. И абитуриента как бы заманивают в это увлекательное путешествие.

Об увлекательных путешествиях по социологической стезе рассказывают и сами студенты на сайте СПбГУ:

«Среди моих исследовательских интересов я бы отметила изучение городских пространств. Будучи социологом и/или антропологом, можно взглянуть на привычные и, казалось бы, ничего не значащие места в городе как на объекты, обладающие внутренним своеобразием, которое мы не обнаружим невооруженным «социоантропологическими очками» глазом. На втором курсе я участвовала в исследовании, организованном командой «ArtsfortheCity» и посвященном изучению пространства бывшего завода

«Красный треугольник», построенного, кстати, еще в 19 веке. Вот там действительно можно было почувствовать себя «антропологом в поле»: приходилось знакомиться с резидентами (разными ремесленниками — работниками мастерских, музыкантами, местными «тусовщиками» и прочими интересными людьми), изведывать полуразрушенные закоулки, наблюдать за потоками людей в разное время суток, изучать предприятия и заведения, расположенные в более-менее пригодных для этого корпусах. Одним из наиболее запомнившихся моментов была прогулка с местным «изобретателем» по заброшенной и полуразрушенной части завода: тогда мне показывали места, где часто бывают «киношники». В итоге, за счет работы команды социологов и антропологов удалось разобраться с тем, что такое «Красный треугольник» сегодня. А через некоторое время туда наведалься команда немецких художников, чтобы устроить перформанс и «городскую игру» для резидентов (собственно, ради этого мероприятия и затевалось исследование). Но это уже другая история».

Это пламенное послание студентки СПбГУ своим будущим коллегам диссонирует со скромной констатацией студентки о ресурсах одного из региональных вузов:

«На сегодня кафедра располагает тремя аудиториями, одна из которых отдана собственно под кафедру (ауд. 221), а две другие — специализированные кабинеты философии. В ауд. 222 проводятся занятия с аспирантами в рамках курса «История и философия науки», а в ауд. 226 — текущие занятия со студентами дневной и заочной форм обучения. Каждая аудитория рассчитана на 60 посадочных мест. Ауд. 226 оборудована мультимедийным оборудованием — имеется интерактивная доска, проектор, ноутбук, авторские мультимедийные презентации к лекциям и семинарским занятиям».

До тех пор пока дифференциация уровня жизни будет оставаться столь значимой и будет нарастать ценностный разрыв в обществе, до тех пор у нас, по сути, будут оставаться две разные социологии — одна ориентирована на общее развитие, другая — на подготовку профессии.

Заключение

Первый вывод нашего исследования — о межпрофессиональном универсализме (широте специальности социолога), который демонстрируется на сайтах. Данный универсализм прослеживается как в дис-

циплинарном плюрализме при организации кафедр, так и при описании будущей трудовой деятельности. Непосредственно факультетов социологии в нашей выборке оказалось всего шесть и все они находятся в столицах. Изучать социологию предлагают на кафедрах, которые в своем названии аккумулируют названия до пяти дисциплин. Безусловно, такая стратегия презентации будущих возможностей трудоустройства направлена на скорейшее привлечение будущих студентов — социологов. Но с другой стороны, такая широта девальвирует саму профессию социолога; плюс к этому у будущих студентов может возникнуть иллюзия несерьезности образовательного процесса в целом, Это некое продолжение школьной учебы (в худшем варианте), некий очередной жизненный мораторий на взросление.

Второй вывод — о ценностной дифференциации между вузами региональными и столичными. Если первые во главу угла ценностного профиля социологической профессии ставят прагматизм, что характерно для носителей материалистических ценностей, то вторые, не забывая представлять социологическую профессию как выигрышную на рынке труда, вместе с тем в качестве «добавочной стоимости» прибавляют «романтизм» как особое качество, воплощающее в себе радость познания и даже достижение некоего познавательного катарсиса. И, конечно, возникает вопрос: какова она в итоге российская социология, если «законодателями мод» являются столицы, тогда как 80 % социологических кафедр находятся в регионах.

Источники

- Инглхарт Р., Вельцель К. 2011. Модернизация, культурные изменения и демократия. М.: Новое издательство.
- Окольская Л. А. 2010. Ценности и нормы социологической профессии на сайтах факультетов и кафедр // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. № 3(105). С. 13–27.
- Российское общество и вызовы времени. Книга пятая / под Ред. М. К. Горшкова и В. В. Петухова. 2017. М.: Из-во Весь Мир.
- Россияне не планируют отдых за рубежом. Левада-центр. 2017. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.levada.ru/2017/05/19/rossiyane-ne-planiruyut-otdyh-za-rubezhom/> (дата обращения 30.01.2018).
- Теория и методология в практиках российских социологов: постсоветские трансформации/ Отв. ред. Л. А. Козлова; ред.-сост. Н. Я. Мазлумянова, И. А. Шмерлина. 2010. Учреждение Рос. акад. наук Институт социологии РАН. — М.: Научный мир.

- Creswell J. W. 2013. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* SAGE.
- Creswell J. W., Vicki L., Clark P. (2011). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. SAGE.
- Denisova I., Eller M., Zhuravskaya E. 2007. What Russians think about transition: Evidence from RLMS survey // CEFIR / NES Working Paper, № 114.

References

- Creswell J. W. 2013. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* SAGE.
- Creswell J. W., Vicki L., Clark P. (2011). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. SAGE.
- Denisova I., Eller M., Zhuravskaya E. (2007) What Russians think about transition: Evidence from RLMS survey // CEFIR / NES Working Paper, № 114.
- Inglehart R., Welzel K. 2011. *Modernizatsiya, kul'turnyye izmeneniya i demokratiya* [Modernization, cultural changes and democracy]. Moscow: New publishing house, 464 p.
- Okolskaya L. A. 2010. *Tsennosti i normy sotsiologicheskoy professii na saytakh fakul'tetov i kafedr* [Values and norms of the sociological profession on the websites of faculties and departments] *Vestnik obshchestvennogo mneniya. Dannyye. Analiz. Diskussii*. [Bulletin of public opinion. Data. Analysis. Discussions]. No. № 3(105), pp. 13–27. (In Russ., abstract in Eng.)
- Rossiyane ne planiruyut ottykhza rubezhom. 2017. [Russians do not plan a holiday abroad] Levada-tsentr [Levada Center] Available at: <http://www.levada.ru/2017/05/19/rossiyane-ne-planiruyut-otdyh-za-rubezhom/> (In Russ.)
- Rossiyskoye obshchestvo i vyzovy vremeni. *Kniga pyataya / pod Red. M. K. Gorshkovai V. V. Petukhova*. 2017. [Russian society and the challenges of time. Book Fifth / Ed. M. K. Gorshkov and V. V. Petuhova]. Moscow: The whole world Publ., 424 p.
- Teoriya i metodologiya v praktikakh rossiyskikh sotsiologov: postsovetskiye transformatsii. 2010. [Theory and methodology in the practices of Russian sociologists: post-Soviet transformations]. Moscow: The scientific world Publ., 480 p.

В. Б. ГОЛЬБРАЙХ

ЧЛЕНЫ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ГРУПП В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА: ЦИФРОВОЕ УЧАСТИЕ И ИНТЕРЕСЫ

За последнее время социальные медиа стали серьезным фактором общественной жизни российских граждан. В статье проведен анализ членов виртуальных групп, созданных в ходе экологических конфликтов в Санкт-Петербурге; проанализировано как цифровое участие, так и интерес членов экологических групп к экологической и политической проблематике. Сопоставлено поведение членов виртуальных экологических групп были сравнены как с членами иных протестных виртуальных городских групп, так и с членами территориальных виртуальных групп. Выявлено серьезное различие, как в цифровом участии, так и в интересе к экологической и политической проблематике между членами разных протестных групп (как экологических, так и неэкологических) с одной стороны, и членами территориальных групп, — с другой.

Ключевые слова: социальные медиа; виртуальные группы; цифровое участие

С каждым годом возрастает количество людей, для которых участие в тех или иных социальных медиа стало повседневной практикой. Наше исследование посвящено анализу членов виртуальных групп, созданных в ходе экологических конфликтов в Санкт-Петербурге в крупнейшем российском социальном медиа «ВКонтакте».

Теоретический подход

Социальные медиа стали серьезным фактором социальной и политической жизни во многих странах. Наиболее заметные события, заставившие исследователей обратиться к роли социальных медиа в общественной жизни: президентская кампания Б. Обамы (Johnson, Perlmutter 2013), протесты в Иране, названные твиттер-революцией (Faris, Rahimi 2015), «арабская весна» (Howard, Hussain 2013). В России можно говорить о существенной роли социальных медиа в организации акций протеста 2011–2012 годов (Ваньке, Ксенофонтова, Тартаковская 2014; Ксенофонтова 2012; Радченко, Писаревская, Ксенофонтова 2014). С точки зрения некоторых авторов, новые медиа «способствовали изменению самой логики коллективных действий», будучи «источником альтернативных новостей; средой распространения протестной коммуникации и информации», способствуя «рекрутингу