

ПРОМЕЖУТОЧНЫЙ ОТЧЁТ 2015 РФФИ

Проект отчёта 2015 год Номер Проекта **14-06-00242 10.2.1.** Основной код классификатора 06-900 История, социология, лингвистика. Компьютерное моделирование, компьютерные методы и информационные технологии в исследованиях по истории, филологии и социологии 10.2.2. Дополнительные коды классификатора 07-388, 01-212 10. 3. Ключевые слова Социологические методы, математическая модель, микс стратегия, сплочённость, кластер, социальная сеть, сетевая методология, индекс, доверие, инклюзия, социальная структура, социальная динамика

Форма 501. КРАТКИЙ НАУЧНЫЙ ОТЧЕТ. 1.1. Номер проекта 14-06-00242, 1.2. Руководитель проекта Ярская-Смирнова В. Н. 1.3. Название Проекта **СОЦИАЛЬНАЯ СПЛОЧЕННОСТЬ В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ: СОСТОЯНИЕ, ИЗМЕРЕНИЕ, МОДЕЛЬ.** 1.4. Код и название Конк. А - Конкурс инициатив. проектов 2014 г. 1.5. Год представл. отчета **2015.**

1.7. **Аннотация** Категория социальной сплоченности может определяться как комплекс понятий, характеризующих социальный контекст взаимодействий внутри группы, любого сообщества, населения страны. В проблематике измерения многоплановой социокультурной сплоченности актуализируется и её индивидуализированный ракурс, оптика малых групп. Данная статусная характеристика не рассматривалась ранее, хотя и выступает актуальной научной и одновременно острой социально-практической проблемой российского общества. Исследование виртуальных сетей является удобной моделью социологического анализа взаимодействий в социальных сетях. Такая исследовательская оптика имеет ряд преимуществ по сравнению с традиционными методами сбора информации. Процедура получения данных отличается прозрачностью, поскольку опирается на ряд технических опций, снимает ряд вопросов, связанных с репрезентативностью данных, информация доступна в полном объеме. За 2015 год проведён второй этап исследования: продолжен анализ публикаций в области теории социальной сплочённости; разработана оригинальная методика и предложены инструкции по проведению онлайн опроса, осуществлён сбор количественных данных анкетирования, получены структурные характеристики социальных сетей локальных сообществ; предложен концепт модели социальной сплоченности. Подготовлены и сданы в печать авторские статьи в рецензируемых изданиях, в том числе, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ. В итоге достигнута цель второго этапа проекта, сформулированы методологические основы концептуального аппарата, системы показателей, модели социальной сплоченности.

Форма 503. РАЗВЁРНУТЫЙ НАУЧНЫЙ ОТЧЕТ

3.1. Номер Проекта 14-06-00242 3.2. Название Проекта **Социальная сплоченность в российском обществе: состояние, измерение, модель.** 3.3. Коды классификатора, соотв. содержанию работы 06-902, 06-900, 01-110, 07-386, 01-212. 3.4. **Объявлены цели на 2015 г.:** - обзор литературы, разработка теоретико-методологической базы исследования: раскрытие этимологии, культурно-исторического и теоретического содержания комплексной категории социальной сплоченности, взаимосвязи с другими категориями, разработка методологии исследования социальной сплоченности; - пилотный этап эмпирического исследования: сбор эмпирических данных (интервью, фокус группа, автоматизированный сбор данных из виртуальных социальных сетей), анализ структурных характеристик виртуальных социальных сетей; предварительный анализ качественных данных; конструирование предварительной модели социальной сплоченности.

3.5. **Степень достижения поставленных целей.** Раскрыты этимология, культурно-историческое содержание категории социальной сплоченности. Анализируется современное понимание сетевого подхода и его методов, применяемых на этапах сбора, обработки, анализа данных, полученных непосредственно от серверов социальной сети. Понимание управляемости процессов в социальных сетях группой профессионалов—модераторов, администраторов социальных сетей представляет собой оригинальный опыт, их аналитический потенциал может использоваться в качестве экспертных оценок сплоченности в социальных сетях. Ключевые слова: сетевой подход, управляемость, экспертная оценка, аналитический потенциал, фактор сплочённости. Проведен анализ существующих работ в области социальной сплоченности, разработаны теоретико-методологические подходы проблематики конструирования модели социальной сплоченности. Осуществлен анализ общей и конкретной проблематики, сформирован концептуальный аппарат

проекта. Сформулированы методологические основы количественного измерения, проведена операционализация понятий, синтезирован комплекс количественных индикаторов. Проведен второй этап эмпирической программы. Цели, объявленные на 2015 год достигнуты в полном объеме.

Цели на 2015 год, связь с основной задачей Проекта. Основной целью является получение **релевантной математической модели социальной сплоченности**, способной предоставить возможности её количественного измерения (индекс социальной сплоченности). В соответствии с этим, задачами 2015 года являются: 1. Проведение количественного этапа эмпирического исследования – анкетного опроса населения крупного провинциального российского города. Выборка - случайная, стратифицированная, объём 600 респондентов. 2. Анализ и интерпретация полученных данных анкетного опроса, триангуляция с пилотными результатами первого года (исследованиями интернет сообществ и качественных характеристик сплоченности). 3. Конструирование модели социальной сплоченности, методик количественного измерения социальной сплоченности в заданном сообществе, подходов к сравнительному анализу сообществ. Проведение круглого стола КС-3 Модель социальной сплоченности: подходы к измерению и сравнительному анализу. 4. Разработка методических рекомендаций к проведению исследования групп, сравнительного анализа параметров социальной сплоченности. Методика. 5. Разработка стратегии социальной сплоченности, адаптированной к российской действительности, содержащей инструментальное определение индикаторов социальной сплоченности как нового идеала человека или социальной группы. Набор критериев, отражающих оценки благополучия граждан, уровня социального доверия, либо дискриминации и неравенства. 6. Выявление механизмов влияния на социальную активность людей в виртуальной группе и реальной повседневной жизни.

10.5. Научные результаты 1. Методологические основы кластерного анализа, дизайна выборки и инструментария анкетного опроса населения крупного российского города с учетом результатов анализа социальной сплоченности на первом этапе проекта 2. Проведение пилотного этапа исследования с целью уточнения и корректировки. 3. Полевой этап анкетного опроса с разработкой объема выборки 600 респондентов, обработка полученных данных с помощью программы SPSS. 4. Валидизация набора эмпирических данных, подготовка информации к анализу и интерпретации. 5. Анализ параметров социальной сплоченности населения крупного провинциального российского города; конструирование деревьев классификаций; формирование математической модели сплоченности как системы измеряемых индикаторов.

Сформулирована теория сетевой темпоральности. Определены центральные категории темпорализма: социальное время, поколение, память, ускорение, инверсия, биография. Сетевые взаимодействия имеют несомненный темпоральный аспект, связанный с инверсией. Инверсия времени способствует сплоченной работе памяти, понимание инверсии времени в системе нелинейного темпорализма, семантика которого обусловлена новой рациональностью, концепцией ускорения, социальным режимом.

Научные результаты представлены четырьмя опубликованными статьями в рецензируемых изданиях; докладами на круглых столах, международных и всероссийских конференциях; публикацией серии тезисов в сборниках научных трудов; методических материалов, содержащих методологические принципы анализа параметров социальной сплоченности, описание подходов по организации эмпирического исследования.

8. Количество участников Проекта в 2015 9 10.9.2

Полный список членов коллектива, утверждённый на 2015 год

Ярская-Смирнова В.Н. – рук. проекта, д. филос. н., проф. СГТУ имени Гагарина Ю.А.; 2. Печенкин В.В. – координатор, к. физ-мат. н., д. соц. н., проф. СГТУ; 3. Зайцев Д.В. проф., внештатный исполнитель. 4. Ярская-Смирнова Е.Р. – научный консультант, д. соц. н., проф. НИУ Высшая школа экономики; 5. Решетников Д.С. - аспирант кафедры прикладной информатики; 6. Бабаян Инна Вячеславовна - к. соц. н., директор Социологического центра СГТУ / СЦ; 7. Пашина Екатерина Игоревна - к. соц. н., доцент СГТУ; 8. Суркова Ирина Юрьевна - д. соц. н., доцент СГТУ; 9. Шеляхина Наталья Владимировна - к. соц. н., социолог СЦ. 10. Медведев К.Е. - внештатный социолог СЦ.

СОДЕРЖАНИЕ

промежуточного развернутого научного отчета

Часть 1 Социальная сплоченность: теоретическая база и методология исследования

Часть 2 Анализ структурных характеристик виртуальных социальных сетей

Часть 3 Пилотная модель социальной сплоченности: методическая разработка сетевого анализа

Часть 4 Анализ результатов количественного этапа эмпирического исследования: показатели социальной сплоченности населения Саратовской области

ЧАСТЬ 1

СОЦИАЛЬНАЯ СПЛОЧЕННОСТЬ: ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ БАЗА И МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ В АСПЕКТЕ ТЕМПОРАЛИЗМА

Социальная сплоченность, выступая имманентной, часто латентной чертой любого общества представляет собой совокупность разнообразных феноменов и практик, переплетение которых, их взаимосвязь и взаимообусловленность создают основу целостности, устойчивого развития общества. Степень социальной сплоченности выступает агрегированным индикатором, своеобразным индексом уровня развития социального государства, гражданского общества и социальной ориентированности государственной политики. Сетевой формат сплоченности обуславливает обращение к сетевым исследованиям.

Сетевые исследования, если и упоминают темпоральные характеристики, то инверсия времени здесь игнорируется. Анализ социальных и технологических сетей привлекает много внимания, так как социальные сетевые приложения и мобильные устройства зондирования предоставляют множество реальных данных. Классические исследования занимаются анализом статических или агрегированных сетей, которые не изменяются с течением времени или построены в результате агрегации информации в определенный период времени.

Учитывая растущие накопления измерений, связанные с массивными, реальными сетевыми чертами, исследователи понимают, что связи изменяются с течением времени и демонстрируют большую размерность, чем может уловить статический анализ. Ученые предлагают новые метрики темпоральной дистанции для количественного измерения и сравнения скорости (задержки) процессов распространения информации с учётом эволюции сети, как в локальном, так и в глобальном ракурсе. Описываемые метрики способны захватить темпоральные характеристики изменяющихся во времени графиков - задержка, продолжительность и последовательность контактов (взаимодействий), в сравнении с метриками, используемыми в прошлом на статических графиках. Как доказательство концепции эти методы применяются к двум классам изменяющихся во времени сетей - подключению мобильных устройств и обменам электронной почтой [Tang, Musolesi, Mascolo, Latora, 2009]. Доступ к реалистическим графическим базам данных имеет решающее значение для исследований систем социальных сетей и приложений.

В связи с высокими временными и ресурсными затратами по сбору реальных графических баз данных посредством прямых измерений исследователи анонимизируются и обмениваются небольшим количеством ценных баз данных внутри сообщества. В то время как графические модели могут производить реалистичные синтетические графики, это также подтверждает факт о недостаточной целостности нынешних комплексов показателей графиков. Некоторые приложения обнаруживают графические свойства, которые не подходят существующим метрикам [Sala, Cao, Wilson, Zablit, Zheng, Zhao, 2010]. Чтобы лучше понять свойства ссылок и динамику в социальных сетях, авторы делают различие между постоянными и переходными ссылками, локальным и глобальным влияниями, сравнивают предложения от пользователей, которым оказывается доверие на локальном или глобальном уровнях [Varlamis, Eirinaki, Louta, 2010].

Математический формализм Т-инверсии в физике. Оказалось необходимым преодоление физикализма в науке, переход из гносеологии в социальную науку, где категория времени предстала в пёстрой картине социального и культурного контекста. Если темпоральность как термин онтоло-

гии содержит временной атрибут любой формы реальности (временность), то темпорализм выступает термином эпистемологии и раскрывает представления, теории, концепции времени в культурно-исторической и персональной окрашенности, методологии, где время есть метод (Ярская 2011а; 2011б). Инверсия времени проявляется как понятие более широкого фронта познания: на этом механизме основаны не только науки (биология, геология, история, социология), но и сетевые процессы в группах.

Актуальна для сетей сама идея времени общества, превращённая в социологическую категорию и анализируемая не только в качестве параметра социальной реальности, производственных и культурно-исторических процессов, но и в дискурсе политики памяти и виртуальной реальности. Прошлое может быть осмыслено по-разному, зависит от того, как мы интерпретируем ушедшие события, речь идет о времени как категории культуры, конструирующей память. К социальной памяти, поколению обращаются знаковые фигуры западной и отечественной социологии: Б. Докторов, В. Козловский, Ю. Левада, П. Нора, К. Маннгейм, П. Рикёр, Ф. Тённис, Ф. Шенк, М. Хальбвакс, Е. Ярская-Смирнова. Концептуализация времени и памяти, прошлое как основа новых практик организации символического пространства выступают объектом многих публикаций [Власть времени, 2011; Романовский, 2011; Семёнова, 2009; Ушакин, 2008, 2009, 2011; Ярская, 2012: 7871-7877]. Инверсия, обращение времени в прошлые события закладывает память группы, поколения, жизненный путь, биографию.

Критический анализ проблематики, социологическая оптика обращены к механизму культурной памяти в широком контексте темпоральностей отдельных индивидов, групп, социальных институтов, коллективов. Алгоритм инверсии времени сопутствует социальной группе, способствуя скреплению сообщества, сплочённости, коммеморации культурных норм. Мы оглядываемся назад: не упустили ли тогда и там что-то важное? Главная тема радикальной микросоциологии – так называемые ритуальные цепочки взаимодействия или сплетения *«индивидуальных цепей опыта взаимодействия, перехлёстывающихся в пространстве и времени»* [Ритцер, 2002: 425]. Происходит избавление от времени в бинарных оппозициях, дихотомиях, полярности. Теперь важно понимание исторического времени, наполняющего память – не как единственного и единого хронологического (хронологического) ряда, а в виде многих рядов. В каждом существует темпоральный символ нелинейности, индивидуализации, независимости.

«История есть, прежде всего, временность (темпоральность), события в своей протяженности и длительности. Мы склонны ассоциировать временность с линейной последовательностью, а... следует говорить об «историчности» как определенном смысле существования в социальном мире, подверженном непрерывным изменениям» [Гидденс, 2005: 24].

Жёсткий авторитет ленинской критики эмпириокритицизма на многие десятилетия убрал из поля зрения советских обществоведов экзистенциальные форматы, конструирование свободного времени, жизненного пути, множества временных форм. *Полифония времени – не аллегория, а реальность*. Сейчас уже никого не удивит, что время многолико, но ранее это принималось не всеми.

Is Multiple-Time possible? – спрашивал Гурвич. И «зачем подчинять разные проявления времени одному и тому же концепту времени, вместо того, чтобы дать определения каждому проявлению времени» [Gurvitch, 1990: 37].

Сегодня реабилитированы субъективное время и понятие темпоральности как характеристики личного существования. В жизни время меняет направление, идёт назад, повторяется, выступает субъективной формой человеческой деятельности, приходит через будущее, обретая значимость жизненного проекта как *«особое в бытии сущего»* [Хайдеггер, 1998: 12]. Формируются практики конструирования инверсии времени, жизненного пути, биографии. Разнообразие времени, его инверсий даёт разнообразие культурной памяти. Функционирование памяти невозможно без коллективных инструментов – слов, идей, не придуманных индивидом, а заимствованных из культуры. Формы темпоральности подчинены эволюции культуры, *вспоминают* уроки истории, формируют историческую память поколения. В итоге инверсия в прошлое накапливает, интегрирует, закрепощает и освобождает. Главная функция – коммеморация, культурное сохранение памяти социальной группы, надындивидуальное измерение символизирует когнитивную оснастку феномена традиции, *сопряжено с интенциональным переживанием обща* [Макаров, 2010]. Время в зна-

менитом симбиозе направлено на раскрытие памяти, героического прошлого, общего для самосознания сообществ, городов, регионов. Коллективная память выступила ядром представлений нации о самой себе, объектом исторического процесса.

Раскрывшаяся относительность эйнштейнизация времени принимается не всяким сознанием, однако время культуры даёт возможность воспоминаний, создания синтеза релятивных и социальных концепций, предполагающих историческую, социальную память. Отвергающий модальности навязанного пространственного распорядка и времени дискурс гражданственности, условия свободы, рыночных институтов изменяют конфигурации пространства и времени в переходе к информационному обществу, направляя к диалогу, инклюзии, толерантности. Время – ключевой параметр нелинейного проекта – социальный конструкт, биографический опыт, воплощённый в телесных практиках, событиях, жизненных случаях, оказавшийся в конфликте с этатизмом. Это не простая сумма пересечений индивидуальных времён, даже темпоральность отдельного человека связана со статусными характеристиками и многослойна: экзистенциальный, психологический, социальный, культурный форматы.

Время, которое мы конструируем как жизненный путь, труднее форматировать в количественных измерениях (в часах); фрагменты биографий не сводятся к хронологии прошлого.

Новая рациональность, поворотные пункты, идея нестабильности *кладут конец претензиям на абсолютно контролируемое общество*, выходят за рамки чистой науки и оказывают влияние на интеллектуальную среду [Пригожин, Стенгерс, 2008: 272; 1991: 46- 52; 21], наука времени переопределяет свой предмет. В ситуации глобальной нелинейности, дискретности и инверсии, в многомерном тексте время становится гипервременем, никакой элемент не функционирует, не приобретает и не придает смысл иначе, как отсылая к какому-то прошлому или будущему. Ключевой категорией становится различие: стабильность, равномерность уходят в прошлое, открывается путь к пониманию социальности времени.

Актеры и авторы реинкарнаций прошлого преследуют цель – стать частью символического пространства, которое *«не утратило узнаваемости очертаний»* (Ушакин, 2009). Так прошлое объединяет акторов в сетевую группу, привнося оттенок солидарности. В этом состоит развитие нелинейного мира, когда время и инвариантный за цикл объём информации уплотнены до предела и возратить утерянные ценности становится более затруднительно по причине ускорения. Культурная инверсия времени - это извлечение возможностей социальной и культурной памяти. В одном случае память открывает нашу гордость, в другом, как на чемпионате по хоккею, – глупость и стыд, заставляя подумать об очищении нашего безумного времени - *Time to get a little crazy* [Times; Ярская, 2015]. Интегральная психологизация памяти ввела *экономю механизмов памяти и отношений с прошлым* [Нора, 1999: 33], настоящее стало повторенным, актуализированным прошлым. Социально-психологический дискурс проблемы времени, инверсии и памяти создаёт предпосылки систематизации уровней репрезентации времени в индивидуальном и групповом сознании. Под временной идентификацией понимается также осознание человеком групповой принадлежности и оценки времени.

Важным структурным элементом субъективного времени группы является отношение к времени (положительное, отрицательное, нейтральное к его модусам (прошлому, настоящему, будущему) и субъективная значимость времени для человека или группы, тревожность времени, оценка скорости жизни, степень озабоченности конечностью жизни, смертью [Нестик, 2003: 17-18]. Не менее важную характеристику времени составляет и *роль доверия в анализе совместного опыта* [Нестик, 2014 а: 541-543; 2014 б]. Инверсия времени раскрывает оценочную модификацию как взаимопроникновение прошлого, будущего, настоящего. Сущее приходит и уходит, но не вымирает, а составляет память. Произошедшие в группе события превращаются в сходства, их роль - показать с разных сторон *одинаковое содержание - фундаментальные черты группы* [Хальбвакс, 2007]. Отсюда коллективная память, картина сходств: группа остаётся одинаковой, а меняются отношения с другими.

Экзистенциальная инверсия времени открывает *совесть* - временность в свёрнутом виде, выступая в качестве источника переживания прошлого, памяти. Наблюдается бунт коллективной памяти против того, что предстаёт *«попыткой овладения свойственным ей культом воспоминания»*

[Рикёр, 2004: 537]. Индивидуализация социальной памяти, идентификаций отмечается у молодежи, подростков, включённых в информационные сети.

Мы показали, как способствует проекту целостной картины приём *инверсии времени*, существующий уже не только как формализм теоретической физики и предельно обобщённой структуры научного познания, но и в качестве механизма исторической реконструкции, социальной памяти, интеграции сплочённости. Обсуждаемая тема имеет безусловную перспективу: кроме участия в конструировании молодёжного патриотизма, это ещё и несомненная возможность анализа иерархии инверсии времени и временных параметров социальных сетей, привлечения микс стратегии сетевых исследований [Ярская-Смирнова, Печёнкин, 2014]. На макроуровне это может быть включение набора параметров (доверие, солидарность, инклюзия, время), виртуальных сообществ как объекта исследования. Мезоуровень исследования сможет взять проблему сообщества как социальную сеть, плотность взаимодействия в виртуальных группах на основе формальных показателей и построенной темпоральной сетевой модели. Наконец, микроуровень инверсии предполагает использование аксиологической модели социальной сплочённости на уровне виртуальной микрогруппы.

Литература

Божок Н.С. Социологическое содержание понятия «историческая реконструкция» // Вестник Саратовского государственного технического ун-та. 2013. №3 (72). С. 181-185.

Власть времени: социальные границы памяти. Сборник статей по материалам российской конференции Культура, время, память, на базе СГТУ и ЦСПГИ / Под ред. В.Н. Ярской и Е.Р. Ярской-Смирновой. М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2011. 223 с.

Гидденс Э. Элементы теории структуризации // Современная социальная теория: Бурдьё, Гидденс, Хабермас. Новосибирск: Новосиб. ун-та, 1995. 120 с. ISBN 5-7615-0366-2

Йейтс Ф. Искусство памяти. СПб.: Университетская книга, 1997. 480 с.

Кравченко С. А. Модерн и постмодерн: "старое" и новое видение // Социологические исследования, № 9, 2007, С. 24-34.

Макаров А. И. Феномен надындивидуальной памяти: стратегии концептуализации и онтологический статус. (15.03.2010). DiBase.ru

Мещеркина Е.Ю. Жизненный путь и биография: преемственность социологических категорий // Социологические исследования. № 7. 2002. С.61-67.

Нестик Т.А. Социальное конструирование времени // Социологические исследования. 2003. № 8. С. 12–21.

Нестик Т.А. Роль доверия в анализе совместного опыта и формировании долгосрочной ориентации организации // Психология общения и доверия: теория и практика. Под ред. Т. Скрипкиной. М.: Университет РАО, 2014а.

Нестик Т.А. Социальная психология времени. М.: Институт психологии РАН, 2014б.

Нора Пьер. Проблематика мест памяти // Франция-память / П. Нора, М. Озуф, Ж. де Пюимеж, М. Винок. СПб.: СПбГУ, 1999. С. 17-50.

Печёнкин В.В., Ярская-Смирнова Е.Р. Сетевые подходы в анализе социальной сплочённости // Вестник Саратовского государственного технического университета. 2014, № 14 (77). С. 244-249

Пригожин И.Р., Стенгерс И. Время, хаос, квант. К решению парадокса времени. М., 2003.

Пригожин И.Р., Стенгерс И. Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой. Пер. с англ. Ю.А. Данилова. 6-е изд. М.: ЛКИ/ URSS, 2008. - 296 с. ISBN 5-484-00160-9

Пространство и время социальных изменений / Ред. Ярская В.Н. М.-Саратов: НФПК-СГТУ, 2004.

Рикёр П. Память, история, забвение. Французская философия XX века. Пер. с франц. М.: ГумЛит, 2004. 728 с.

Ритцер Дж. Современные социологические теории. 5-е изд. СПб.: Питер, 2002. 688 с.

Романовский Н.В. Новое в социологии – «Бум памяти» // Социологические исследования. 2011. № 6. С. 13-23.

Семёнова В. Социальная динамика поколений: проблема и реальность / В.В. Семенова. М: РОС-СПЭН, 2009. 271 с.

- Семёнова В.В. Конструирование памяти в коллективном дискурсе бывших афганцев // Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие [Электр. ресурс]: Мат. IV Всероссийского социологического конгресса. М.: РОС, 2012. 1 CD ROM.
- Сорокина Л.Я. Интернет-курс Социология свободного времени / Трактовка социального времени в классической социологии. Ин-т социальных наук ИГУ, 2008 / kurslekzij/1_2 .html
- Тишков В.А. Реквием по этносу. Исследования по социально-культурной антропологии. Глава УП Восприятие времени. Культурное и политическое время. М.: Наука, 2003. 544с.
- Тощенко Ж. Фантомы российского общества. М.: Центр социологических исследований, 2015. 668 с.
- Ушакин Сергей. Бывшее в употреблении: Постсоветское состояние как форма афазии. НЛО, 2009, №100 / <http://magazines.russ.ru/nlo/2009/100/ush55-pr.html>
- Фомичёв П.Н. Современные социологические теории социального времени. Научно-аналитический обзор. ред. Ю.А. Кимилев. М.: ИНИОН РАН, 1993. 48с.
- Фуко М. Надзирать и наказывать. Перевод с фр. Вл. Наумова, ред. И. Борисовой. М.: Ad Marginem, 1999. 479 с.
- Хайдеггер М. Прологомены к истории понятия времени. Перевод Е.Борисова. Томск: Водолей, 1998, 384 с.
- Хальбвакс М.. Коллективная и историческая память / Неприкосновенный запас. М. 2005, № 2-3 С.40-41.
- Хальбвакс М. Социальные рамки памяти / Пер. с франц. С.Н.Зенкина. М.: Новое издательство, 2007. 348с.
- Харт-Дэвис Адам. Книга о времени. Секреты времени: как оно работает и как мы его измеряем. Перевод с англ. Л.А.Борис. М.: Арт-Родник, 2012. 256 с.
- Ярская В. Н. Дискурс времени как культурный код памяти и поколенческий контракт // Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие [Электр. ресурс]: Мат. IV Всеросс. социологического конгр. М.: РОС, 2012. - CD ROM. ISBN 978–5–904804–06–0
- Ярская В. Инверсия времени жизни: детская биография городского происхождения // Социальные ориентиры современного города: здоровье, спорт, активный туризм. Саратов: СГТУ, 2007. С. 10-26.
- Ярская Валентина. Инверсия времени как механизм памяти в контексте культуры // Власть времени: социальные границы памяти. Сб. статей по мат. росс. конф. Культура, время, память, СГТУ и ЦСПГИ / Под ред. В. Ярской и Е. Ярской-Смирновой. М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2011 а. - 223 с. / С. 5-18.
- Ярская В.Н. Методология науки: время как метод // Поволжский торгово-экономический журнал. 2011 б, № 1. С. 12-17
- Ярская В.Н. Историческое время фантомов. Размышления о книге Ж.Т. Тощенко «Фантомы российского общества». М., Центр социологических исследований, 2015. 668 с. // Социально-гуманитарные знания 2015, №2, С. 283-293.
- Fraser J. T. Time and Time Again. Reports from a Boundary of the Universe. Supplements to The Study of Time / From timelessness to time. Out Of Plato's Cave: The Natural History of Time. Ed. by Paul Gifford, London Deputy Ed. I. Lawrie. V.1. Leiden–Boston: Brill, 2007. 433 p.
- Fraser J.T. Time. Conflict, and Human Values. University of Illinois Press, 1999. 306 pp.
- Gurvitch Georges. The Problem of Time // The Sociology of Time. Edited by John Hassard. University of Keele: London: Macmillan, 1990. 184 p.
- The order of Time // Times of our lives. 2001 / Part 1 <http://theorderoftime.com/science/sciences/articles/timesofourlives1>
- Rosa Hartmut. A New Key to Understanding Modernity? The Theory of Social Acceleration in Contemporary German Sociology. Abstract / Paper to be presented at the Higher School of Economics, Moscow, Sept. 23rd, 2008.
- Social Acceleration (1st Ed-n). The Change in Temporal Structures in Modernity, by Hartmut Rosa. Columbia University Press, 2013. 352 p. <http://www.goodreads.com/book/show/16685268-social-acceleration>

Sorokin P.A., Merton R.K. Social Time: A Methodological and Functional Analysis // American. J. of Sociology, 1937. P. 615-629.

Times of our lives / second part by: Professor M. C. K. Dept. of Sociology & Anthropology Trinity University 715 Stadium Drive San Antonio, Texas 78212 127106 <http://www.trinity.edu/~mkearl/time-1.html>

Литература по социальной сплоченности и темпоральности

1. William Domhoff G., Santa Cruz U.C. Social Cohesion & the Bohemian Grove. The Power Elite at Summer Camp. http://www2.ucsc.edu/whorulesamerica/power/bohemian_grove.html
2. Berkeley Rob The Year of Cohesion, http://www.runnymedetrust.org/uploads/projects/community_Cohesion/theYearOfCohesion.pdf, retrieved 03 February 2010
3. Tett, Gillian. "Future funding strategies could prove a test of patriotism". *Financial Times*. http://www.ft.com/cms/s/0/6e63d044-fbf6-11de-9c29-00144feab49a.html?nclick_check=1. Retrieved January 12, 2010.
4. Helly D., Robert F. Barsky et Patricia Foxen. Social Cohesion and Cultural Plurality, 2003 <http://classiques.uqac.ca/>
5. Berger-Schmitt R. Social Cohesion as an Aspect of the Quality of the Societies: Concept and Measurement. Mannheim, 2000.
6. William E. Social Cohesion, Institutions, and Growth www.cgdev.org/files/9136_file_WP94.pdf
7. Casey-Campbell, Milly; Martens, Martin (June 2009). "Sticking it all together: A critical assessment of the group cohesion–performance literature". *International Journal of Management Reviews* 11 (2): 223–246. doi:10.1111/j.1468-2370.2008.00239.x. Retrieved 1 October 2014.
8. Forsyth, D.R. Group Dynamics, 5th Edition. Wadsworth, Cengage Learning, 2010, ch 5 p118 - 122 "components of cohesion"
9. Dyaram, Lata and T.J. Kamalanabhan. "Unearthed: The Other Side of Group Cohesiveness." Kamia-Raj, 2005.
10. Beal D. J., Cohen, R., Burke, M. J. & McLendon, C. L. (2003). Cohesion and performance in groups: A meta-analytic clarification of construct relation. *Journal of Applied Psychology*, 88, 989-1004.
11. Albrekt L. The Rise and Fall of Social Cohesion: The Construction and De-construction of Social Trust in the US, UK, Sweden and Denmark. Oxford: Oxford University Press, 2013.
12. Mughal Muhammad Aurang Zeb (2014) Time, Space and Social Change in Rural Pakistan: An Ethnographic Study of Jhokwala Village, Lodhran District. PhD Thesis. Durham University.
13. Utz Richard, "Negotiating Heritage: Observations on Semantic Concepts, Temporality, and the Centre of the Study of the Cultural Heritage of Medieval Rituals," *Philologie im Netz* 58 (2011): 70-87
14. Shame and the Temporality of Social Life http://www.academia.edu/438931/Shame_and_the_Temporality_of_Social_Life
15. Chris S., Larissa P. The Impact of the Network Society upon a Social Temporal Consciousness/ N.-Y., 2011.

ЧАСТЬ 2

АНАЛИЗ СТРУКТУРНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ВИРТУАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Социальные сети в интернете представляют собой специальные сети с ограничением пользовательского интерфейса, в нашем исследовании сетевой подход применяется на всех этапах исследования - сбора, обработки, анализа данных, полученных непосредственно от серверов социальной сети. В науке развивается перспектива социальной сплоченности в качестве домена причинно-взаимосвязанных явлений, связанных с отношениями между членами, их поведением, в которых основные аспекты сплоченности занимают различные теоретические позиции по отношению друг к другу: предшествующие, промежуточные или итоговые переменные [Friedkin, 2004]. С целью повышения степени восприятия свойств ссылок и динамики в социальных сетях, некоторые авторы выделяют постоянные и переходные ссылки, проводят различие между локальным и глобаль-

ным влияниями, сравнивают предложения от пользователей, которым оказывается доверие [Varlamis, Eirinaki, Louta, 2010]. Чтобы показать преимущества и нерешенные вопросы применения графических метрик для анализа социальных сетей и социальных сетей онлайн, в частности, используются метод кейс-стади [Hilbrich, 2008]. Имеются данные об исследовании пользователей с участием экологов, работающих с базами данных в соцсетях, которые описывают взаимодействия между животными, соотнося их с моделями взаимодействий в соцсетях. Полученные данные подтверждают, что используемый метод визуализации эффективен для социологического анализа и изучения социальной организации населения [Reda, Tantipathananandh, Johnson, Leigh, Berger-Wolf, 2011].

На основе данных предварительного этапа исследования была установлена возможность управляемости процессов в социальных сетях группой профессионалов – модераторов, администраторов социальных сетей, аналитический потенциал которых использован в качестве экспертных оценок факторов социальной сплоченности в социальных сетях. И зарубежные исследователи отмечают научную ценность информации, которую могут предоставить социальные сети для социальных наук. Тем не менее, доступные в настоящее время инструменты визуального анализа не очень хорошо подходят для обработки огромной базы данных и часто вынуждают отображать небольшие или сильно удаленные сети. Они представляют метод Honeycomb (сота): инструмент визуализации способен иметь дело с более крупной базой данных (с миллионом ссылок), вводится новая сетевая метрика вероятности для ознакомления пользователей с потенциально интересными или аномальными паттернами и обсуждением уроков, извлеченных в ходе разработки и внедрения [van Ham, Schulz, Dimicco, 2010].

Группа авторов-программистов фокусирует внимание на том факте, что анализ социальных сетей представляет научную ценность для многих областей знаний вне рамок социологии. Это раскрывает невидимые связи между акторами в сети и дает понимание социальных процессов и поведения. Данный метод стал важным в исследованиях Web, организации, политики национальной безопасности. Он представляет визуальный инструмент аналитики OntoVis для понимания масштабных, гетерогенных социальных сетей, в которых узлы и ссылки могут представлять разные понятия и отношения. Уникальные возможности OntoVis иллюстрируются несколькими исследованиями case-studies [Shen, Ma, Eliassi, 2006].

Качественное исследование, в рамках проекта, базировалось на материалах экспертных интервью со специалистами по IT-технологиям, администраторами, лидерами социальных сетей и материалах фокус-группы с активными пользователями и модераторами виртуальных сообществ. О сложности рекрутинга информантов, свидетельствует отклик интервьюера: *«Обратилась с просьбой поучаствовать в опросе примерно к 150 пользователям Вконтакте. На сегодняшний момент имею 6 откликов, 1 респондент обещает ответить завтра. Многие пользователи ограничивают доступ к своим сообщениям для "недрузей", мою страничку уже заморозивали»* (Инф. 1).

Трудности исследования говорят о том, что информанты неохотно раскрываются в сети незнакомым пользователям, а принадлежность к определенной группе редко означает активное участие в виртуальной жизни сообщества. Действительно же самые активные члены группы с максимальными показателями центральности чаще всего ограничивают доступ к своей страничке, отправке сообщений, что делает невозможным получение информации о виртуальной активности внутри сообщества. Многие топ-пользователи с высокой степенью центральности в группе просто не идут на контакт в сети.

Экспертные интервью проведены осенью 2014 г., продемонстрировав эффективные способы создания и развития виртуальных сообществ, механизмы воздействия на активность участников социальных сетей в онлайн-дискуссиях и реальных мероприятиях. Представленные экспертные мнения характеризуют современные процессы становления виртуальных сообществ с точки зрения возможностей организации и самоорганизации, управления контентом, захвата аудитории и воздействия на реальное поведение участников групп. Выделяются группы для единичного мероприятия, «под ивент» – особый случай, проведения концерта, флешмоба, футбольного матча: *«...однажды создаётся группа, реализовали себя и закрываются»*. Продолжительность существования групп в социальных сетях, созданных как инструмент под конкретное событие и случай, за-

дана рамками подготовки и проведения. При наборе волонтеров на Универсиаду «была создана группа, в которую скидывалась информация по поводу того, что нужно, чтобы поехать, ... в общем, информация по нашей работе в Казани, и, собственно, мы все туда вступили, кто поехал. Сейчас, не знаю, ведется она или нет, потому что сейчас особо-то и не нужна» (Инф. 6).

Другой тип группы создается для долгосрочной работы, «...где аккумулируются различные последние мемы, шутки, идеи» (Инф.4). Отдельный тип групп – медиаторские, посреднические, «группы помощи, когда людям помогают найти квартиру, попутчиков, людей по перепродаже каких-то вещей, с личной целью, но не с выгодой» (Инф.4). При просмотре других групп эксперт обращает внимание на состав, процессы наполнения, идеи, объединяющие группу, нестандартные и уникальные приемы, влияющие на аудиторию. Эксперт отметил технический прием, PR-ход, на сайте ивент агентств «устроили небольшую, интересную фотосессию от ведущей и запустили такую тему, как совет от ведущей» (Инф.2), что работает на узнаваемость сотрудников агентства, самого сайта, привлекает внимание, даёт повод получить консультацию.

Интересна следующая интерпретация оценки активности работы группы как постоянного наполнения ее состава: «если волонтер, то ты открыт, поэтому все сразу в обсуждение, диалог, все туда, а как, если группа следит за ней, то понятное дело, если кипит обсуждение, то всё хорошо. Если люди не уходят, а наоборот, приходят, значит, группа живая и работает» (Инф. 6). В сетях желательна присутствие сопоставимых по размеру групп, деятельность которых посвящена значимым социальным проблемам, ассоциированным с пониманием социальной сплоченности, доверия. Это участие в волонтерских движениях, деятельность группы в направлениях благотворительности, проблематика связана непосредственно с параметрами социальной сплоченности. Анализ виртуальных социальных сообществ в интернет пространстве проведен в русле микс стратегии, сочетания количественной и качественной методологии. Здесь фиксируем внимание лишь на качественной методологии и коммуникации между участниками группы, по добавлению во френдлисты. Поведенческий акт «добавления в друзья» может рассматриваться как показатель зарождающейся условной сплоченности в социальной сети между конкретными участниками. Условная виртуальная сплоченность между не встречавшимися в оффлайне участниками перерастает в реальную при личной встрече. К техническим приемам продвижения виртуальных сообществ можно отнести работу с контентом, подписчиками, захватом аудитории, статистическим мониторингом численности группы, активности и интересующих постов, создание опросов, «напоминаний», поощрение активных участников.

Группа является сплоченной, если самостоятельно поддерживает, воспроизводит положительные установки по принадлежности к себе, привлекательность членства и ценность включенности в жизнедеятельность, создаёт особую систему символов, поведение членов группы поддерживает эти условия. Сплоченность группы конструирует микромодель параметров заданной группы, уровень солидарности с общими целями, чувство причастности, силу межперсональных связей и симпатий. В противоположность этому макромоделю сплоченности как социетальный показатель социума в перспективе выступает инструментом измерения эффективности социальной политики.

Причины создания социальных сетей связаны с формированием нового типа отношений между людьми, опосредованными информационными технологиями, позволяющими продвигать и реализовывать проекты коммерческой, политической, социальной направленности с меньшими организационными усилиями и охватом целевой аудитории. В оценках экспертов отмечены признаки, выявляющие сильные и сплоченные группы в сетях, ряд инструментов, регулирующих социальные дистанции и роли участников сообществ.

Для определения параметров модели социальной сплоченности отмечается доверие между членами групп в социальных сетях. Характеристики таких сообществ, их сравнительный анализ позволяют включить в микро модель сплоченности мотивы участия в группе социальной сети, различия в структуре, способах передачи информации, процессах коммуникации. Модель сплоченности онлайн сообществ опирается на анализ структурных характеристик по отношению к системе связей, анализ распределения степеней акторов как источник сравнения социальных сетей. Этому способствует анализ данных качественного исследования. Интервью было направлено на получение теоретических взглядов по тематике социальной сплоченности с позиций практиков, которые непосредственно занимаются целенаправленным формированием сплоченности в малых

группах (рабочем коллективе). Одной из задач фокус группы было уточнение социальной сплоченности как эмоционального явления, измерение привлекательности членов группы: чем большее количество членов группы нравятся друг другу, тем привлекательнее группа в целом, тем выше индекс групповой сплоченности.

Моделирование сплоченности возможно с помощью социометрического коэффициента: частное от деления числа взаимных положительных выборов на теоретически возможное их количество. Шкалы симпатии определяются путем усреднения индивидуальных данных, важный показатель модели - сплоченность как результат согласия, сходства ценностных установок (ориентаций) и взглядов. Человек стремится к людям и группам, с установками и позициями которых он солидарен, поиски согласия с мнением других людей обусловлены потребностью в признании, обеспечивающей защищенность и эмоциональный комфорт. Приверженность индивидов к группе, особенно удовлетворяющей его потребности, сильнее тяготения к другим группам. Это также выступает фактором конструирования его социального пространства в контексте теории социального пространства П.Бурдьё [Bourdieu, 1993]. В столкновении с непохожими на членов своей группы индивидами возникают предрассудки расизма, сексизма, формируемые в обществе медийными установками, практиками сегрегации в социальных институтах, порождающими агрессию, неприязнь, ненависть к внешне иным людям. Здесь играют роль как социальные стереотипы, конструируемые обществом, так и эмоциональные установки по отношению к определенным социальным группам, стремление упростить восприятие окружающей среды в поиске «виноватых», а также способы самореализации, самоутверждения позиции за счёт представителей других групп как выражение социального превосходства [Myers, 2002].

Формируется сплоченность внутри своей группы на основе неприязни к другой. Стимулирует внутригрупповую сплоченность также ситуация межгруппового соревнования, возникающая при стремлении утвердить превосходство над индивидом за счёт достижения более высоких позиций. В итоге важное значение для сплоченности группы имеют установки на сотрудничество, кооперативные действия по достижению общих целей [Deutsch M., 1949]. Согласно теориям симметрии аттитюдов, мотивации, кооперации внутри группы формируется сплоченность, что соотносится с действиями внутри виртуальных сообществ социальных сетей. Здесь наблюдается сплочение членов группы на основе мотивации, кооперативных действий при достижении общих целей, либо сплочение пользователей на основе неприязни к другой социальной группе или группам.

Мы используем фрагмент эмпирических данных, полученных в ходе опроса, опираемся на утверждение о восприятии социальных групп в дихотомии «Свой – Чужой», применяем похожую дихотомию «Близкое – Далекое» в отношении социальной общности, обозначаемой в вопросе «жители всей России». Важен факт различия в определении уровня доверия и восприятия народа России как близкой общности в разных городах. Это можно объяснить социальным различием городов, в которых проводился опрос, разницей в составе населения, географического положения. В опросе наибольшую степень доверия и обозначения параметров включенности группы в ответах, демонстрирует Саратов (63%, см. табл. 2), наименьшую - Томск (значимо смещение в сторону увеличения частоты ответа «Далекое», что отличает город от Казани) [Анализ, 2013]. Хотя мы видим ряд статистически значимых различий в городах, общий уровень восприятия граждан России в качестве близкого сообщества в среднем находится на уровне 50%, что сопоставимо с результатами других известных исследований социального доверия граждан (например, И. Герасимов, Е.Когай, Н.Лапин, Н.Римашевская, Н.Субочев, А.Чирикова). Широкий набор атрибутивного определения сплоченности является следствием того, что традиция социального гражданства, которая характеризует общества, предполагает, что социальные права порождают неразрывную связь между социальной интеграцией и предоставлением её механизмов, дает чувство полноправного членства в обществе [Алёшина, Печёнкин 2013].

Сравнительном анализе параметров социальной сплоченности показывает наличие значительного опыта исследования социальной сплоченности и её показателей в различных странах мира (International Social Survey Programme. Role of Government IV), в котором аккумулированы результаты опросов за разные годы их проведения (1985, 1990, 1996, 2006, 2012); WVS (WORLD

VALUES SURVEY))¹. На фоне других стран Россия по степени социальной сплоченности граждан, по их гражданской активности занимает середину рейтинга стран, имея в соседях, например, Аргентину, Бразилию. На вершине рейтинга – США, где фиксируется высокий уровень сплоченности населения, в том числе и в волонтерских акциях, бесплатных общественных мероприятиях.

В нашей стране считается допустимым нарушать закон при отстаивании своих прав, удовлетворении своих потребностей, интересов. Такого нет в странах с репутацией благополучных – Швеция, Швейцария, Нидерланды, Финляндия. Такого нет в странах с высоким уровнем развития общества. Интересным является то, что образ благополучия во многом связан в России с семьей и друзьями (по степени убывания значимости), в то время как в США – это религия и друзья, а в других странах – свободное время, семья и друзья. В целом меры социальной политики разных стран в большинстве своём не направлены в комплексе на повышение степени социальной сплоченности, а ориентированы на решение конкретных социальных проблем. Это в определенной мере способствует борьбе с социальным неравенством для улучшения базы формирования социальной сплоченности.

В настоящее время, стратегия достижения относительно высокой степени социальной сплоченности российского общества напрямую связана со степенью выраженности антироссийских акций, риторики представителей различных стран мира. В рамках объективистской позиции следует трансформировать государственную социальную политику таким образом, чтобы она была направлена на повышение степени социального доверия, социальной инклюзии, социальной дистанции, социальной солидарности, взаимопомощи, гражданской активности и принадлежности к социальным группам как ключевых параметров социальной сплоченности. Это будет содействовать позитивному изменению (повышению) её индекса. Индекс социальной сплоченности рассчитать, ориентируясь на успешно апробированную методологию расчета индекса групповой сплоченности [Ястребов, 2011; Психологическая энциклопедия, 2006], по следующей модифицированной нами формуле (ниже *Пис. 2.1*):

$$ISC = \frac{Tr + In + D + S + Bg + Ce + Mh}{\sum}, \text{ где}$$

ISC – индекс социальной сплоченности (index social cohesion), Tr – доверие (trust), In – инклюзия (inclusion), D – дистанция социальная (social distance), S – солидарность (solidarity), Bg – принадлежность к группе (belonging to a group); Ce – гражданская активность (civic engagement); Mh – взаимопомощь (mutual help); \sum – максимальное число значений - единиц опроса. Параметры социальной сплоченности возможно представить в виде долей в процентном отношении, полученных в ходе исследования. К примеру, обработка эмпирических данных проведенного в ходе реализации проекта анкетного опроса населения крупного провинциального российского города (N = 600) позволяет нам рассчитать индекс социальной сплоченности российского общества 2015 года. Индекс равен 0,41, что можно рассматривать как относительно средний показатель социальной сплоченности. Расчет индекса представлен ниже на *Пис. 2.2*.

$$ISC = \frac{35 + 37 + 23 + 39 + 42 + 30 + 44}{600}$$

Применение индекса социальной сплоченности удобно в рамках сетевого анализа, для построения графов сетей. В целом, сетевой подход оказывается сегодня наиболее эффективным в

¹ Данные получены с сервера zcat.gesis.org, ID набора данных ZA4700.

ряде онлайн исследований. Концепция социальной сплочённости связывается с иными семантически близкими понятиями: равенства, интеграции, благополучия, доверия, солидарности. Социальные интернет сети в настоящее время перестают быть продолжением прежней, повседневной, социальной сети, и становятся для некоторых людей избранной, наиболее привлекательной надстройкой.

Литература

1. *Friedkin N. E.* Social Cohesion. *Annu. Rev. Sociol.* 2004. 409 p.
2. *Newcomb T.* An Approach to the Study of Communicative Acts. 1953. 274 p.
3. *Bourdieu P.* Espace social et pouvoir symbolique. In: P.Bourdieu. Les choses dites. Paris: Éditions de Minuit, THESIS, 1993, pp. 137-150.
4. *Myers D. G.* Social Psychology, 7th ed., 2002.
5. *Deutsch M.* A theory of cooperation and competition. *Human Relations*, 1949, №2, 129-152.
6. *Varlamis I., Eirinaki M., Louta M.* A study on social network metrics and their application in trust networks in Proc. of the 2010 International Conference on Analysis of Social Networks and Mining (ASONAM 2010), pp. 168 – 175, August 2010, Odense, Denmark.
7. *Hilbrich R.* Applicability of Graph Metrics when Analyzing Online Social Networks // Current Issues in IT-Management. January 6, 2008. 26 p.
8. *Reda K., Tantipathananandh Ch., Johnson A., Leigh J., and Berger-Wolf T.* Visualizing the Evolution of Community Structures in Dynamic Social Networks. Department of Computer Science, University of Illinois at Chicago, USA Eurographics / IEEE Symposium on Visualization 2011 (EuroVis 2011); Journal compilation c2011 The Eurographics Association and Blackwell Publishing Ltd. Published by Blackwell Publishing, 9600 Garsington Road, Oxford OX4 2DQ, UK and 350 Main Street, Malden, MA 02148, USA. Volume 30 (2011), Numb. 3.
9. *Van Ham F., Schulz H.-J., and Dimicco J. M.* Honeycomb: Visual Analysis of Large Scale Social Networks. IBM TJ Watson Research Center, Cambridge, MA 02142, USA University of Rostock, Rostock, Germany.
10. *Shen Z., Ma K.-liu, and Eliassi-Rad T.* Visual Analysis of Large Heterogeneous Social Networks by Semantic and Structural Abstraction // IEEE Transaction on Visualization and Computer Graphics, Special Issue on Visual Analytics, Vol. 12, No. 6, 2006, 1427-1439.
11. *Tang J., Musolesi M., Mascolo C., Latora V.* Temporal Distance Metrics for Social Network Analysis. WOSN'09, August 17, 2009, Barcelona, Spain.
12. *Sala A., Cao L., Wilson Ch., Zablit R., Zheng H. and. Zhao B. Y.* Measurement-calibrated Graph Models for Social Network Experiments, April 26–30, 2010, Raleigh, North Carolina, USA. 2010.
13. *Lumbreras A., Gavalda R.* Applying Trust Metrics Based on User Interactions to Recommendation in Social Networks // 2012 International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM 2012), 2012, pp.1159-1164.
14. Анализ проведён в рамках исследования Минобрнауки РФ, 2012-2013, ДПННИТ, №6.4199.2011, СГТУ-22 по госзаданию на оказание услуг, руководитель В. Н. Ярская.
15. *Алешина М.А., Печенкин В.В.* Социальная сплоченность как элемент формирования новой социальной политики // Журнал инновационной деятельности. 2013. С. 133-143.
16. *Ястребов Г.А.* Векторы человеческого развития в постсоциалистических странах Европы и СНГ: опыт количественной оценки. М.: Высшая школа экономики, 2011. 68 с.
17. *Психологическая энциклопедия* / Под ред. Р. Корсини, А. Ауэрбаха. 2-е изд. СПб., 2006. 1096 с.

ЧАСТЬ 3

ПИЛОТНАЯ МОДЕЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ СПЛОЧЕННОСТИ: МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА СЕТЕВОГО АНАЛИЗА

Сетевой анализ социальной сплоченности предполагает определение интенсивности и плотности сетей, получение целостной картины их структуризации, сведение серии одиночных взаимодействий к единым для сети показателям эффективности, выраженным в числах. Кроме того, он позволяет проследить степень и характер влияния (выраженного математически) одиночного взаимодействия на сетевые показатели (метрики), а значит, наметить пути оптимизации взаимодействий в контексте социальной сплоченности. С учетом этого, сетевой анализ стал одним из основных методов исследования характеристик социальной сплоченности в ходе реализации проекта.

Описание выборочной совокупности. В качестве выборочной совокупности рассматривалась выборка, управляемая респондентом (RDS). Идея выборки основана на распространении анкет самими респондентами через социальные сети. Метод формирования выборки подобен тому, как это происходит в методе снежного кома, но в распространении анкет участвуют сами респонденты. Использование такой выборки сочетает в себе выборки снежного кома с математическим обоснованием репрезентативности выборки, которая получена неслучайными методами отбора респондентов. В анализе репрезентативности выборки учитываются длина цепочек перехода от рекрутера к новому респонденту, скорость набора участников опроса на различных волнах формирования выборки (первая группа рекрутеров, вторая), количество вовлеченных каждым рекрутером участников. В анкете, используемой в исследовании, предусмотрена информационная часть для отслеживания последовательности формирования цепочки выбора респондентов. Это позволяет провести оценку репрезентативности выборочной совокупности (анкета разработана с участием Е.Пашининой, В.Печенкина, И.Сурковой, Е.Ярской-Смирновой) на основе анкеты исследования социальной сплоченности по госзаданию СГУ-22, 2013 (И.Бабаян, В.Ярская, Е.Ярская-Смирнова).

Разработанная методика эмпирического исследования. В литературе такой тип выборки описывается как применимый к обычным генеральным совокупностям с возможностью расчета их репрезентативности. Наша выборка ориентирована изначально на работу с труднодостижимыми генеральными совокупностями, но есть примеры использования вместо обычных случайных.

Выборочная совокупность разбита на независимые страты: студенты университетов, сообщества профессиональных преподавателей и творческих работников, участники волонтерских движений и групп, занимающихся социальными проблемами, в социальных сетях; другие группы или сообщества. Выборочная совокупность для каждой страты формируется отдельно, чтобы провести сравнительный анализ полученных данных, и представлена двумя способами конструирования: 1 – использование печатной версии анкеты с заполнением респондентами. Все анкеты имеют уникальные номера, позволяющие восстановить цепочки их распространения для анализа репрезентативности выборочной совокупности; 2 - заполнение электронного варианта анкеты, который подготовлен с использованием инструментария Google Forms [Решетников, 2015] (**Приложение 1, 2**). В этом случае каждому участнику опроса отправляется ссылка на электронную версию анкеты, которая точно соответствует печатной версии.

Вариант печатной версии анкеты позволяет анализировать с помощью различных методов несколько видов сплоченности (профессиональной, политической, на уровне местного сообщества, на уровне родственных связей). Размер всей выборочной совокупности – 600 респондентов. Для каждой страты (всего 6 страт) формируется выборочная совокупность порядка 120 респондентов. Пилотный опрос среди студентов университетов Саратова предоставляет возможность корректировать содержание анкеты и проводить основную часть опроса. Печатные версии анкеты применяются для проведения пилотажа. Осуществляется выбор трёх начальных рекрутеров, которые формировали дальнейший ход выборки и сбор заполненных анкет. В прикрепленном файле «Выборка RDS.xls» предложены номера, которыми снабжены распечатанные анкеты. Процедура выполнения опроса осуществляется по специальной схеме (**Приложение 3**).

Использование метода RDS при исследовании онлайн сообществ

Управляемая респондентами выборка, может результативно использоваться при исследовании виртуальных социальных сообществ. Виртуальные сообщества являются труднодоступными группами и им присущи все вышеперечисленные проблемы при применении традиционных методов формирования выборочной совокупности. Более поздние исследования Д. Хекаторна и С. Вейнерта подтверждают, что применение метода RDS в онлайн исследованиях является эффективным [Wejnert, Heskathorn, 2008]. По их мнению, использование RDS выборки в исследовании виртуальных сообществ позволяет получить качественную выборку гораздо быстрее, чем при обращении к традиционным методам. Даже при большой длине цепи рекрутирования, авторы утверждают, что скорость формирования выборки вырастает в 20 раз. Кроме этого отмечаются такие преимущества, как сохранение полной анонимности респондентов, простота привлечения новых участников ими и сокращение стоимости проведения исследования.

Рассмотрим некоторые примеры применения метода RDS в онлайн исследованиях. Первое было проведено Д. Хекаторном и С. Вейнертом в 2004 г., в опросе участвовали студенты Корнельского университета, США. В 2008 г. С. Вейрнет провел второе аналогичное исследование того же поля. Авторы использовали название WebRDS в описании примененного метода. В первом проекте в качестве первичных респондентов были взяты девять человек из разных демографических групп, определенных по следующим характеристикам: пол, начальное образование, отношения родства и участие в деятельности клубов. При анализе результатов оказалось, что один первичный респондент (исследователи охарактеризовали его как super-seed) стал начальной точкой формирования части выборки, которая составила в конечном итоге 74% ее объема.

Обоснование выборочного дизайна и инструментария в проекте «Социальная сплоченность в российском обществе: состояние, измерение, модель»

Для реализации количественного этапа эмпирического исследования - анкетного опроса населения провинциального российского города - проекта «Социальная сплоченность в российском обществе: состояние, измерение, модель» был использован метод RDS при формировании выборочной совокупности, описание методологии которого представлено выше. Для распространения анкеты выбраны конкретные целевые группы: преподаватели российских вузов, фрилансеры, творческая интеллигенция (артисты, музыканты, художники), студенты, волонтеры, мигранты, программисты и респонденты пенсионного возраста. Выбор групп обусловлен категориями возраста и занятости, что позволяет отнести респондентов к различным статусным группам. Данные параметры с большой долей вероятности влияют на отношение респондентов к социальной солидарности и сплоченности в российском обществе.

Для отслеживания наполняемости кластеров по различным выборочным векторам был использован маркер – «уровень сообщения», в котором фиксировалась цепочка пересылаемой ссылки на анкету. При достижении 7 уровня сообщения, опрос по данному вектору прекращался. При этом каждый получатель и потенциальный респондент имел возможность переслать ссылку на анкету 4-5 своим знакомым, с которыми регулярно поддерживается связь по электронной почте. Изначально по каждой выбранной группе респондентов были идентифицированы 5 целевых адресатов, с которых начинался выборочный вектор. При фиксации окончания движения цепочки, активизировался новый рекрут для продолжения анкетирования. Так продолжается до тех пор, пока по факту произойдет закрытие исследовательского поля в результате достижимости 600 респондентов.

В ходе пилотажного исследования были выявлены трудности мотивации респондентов для трансляции дальнейшей пересылки. В двух случаях интервьюируемые из числа преподавателей восприняли онлайн опрос по RDS выборке, как попытка вовлечения их в сетевой маркетинг. Однако во всех остальных 23 случаях пилотажного опроса реакция респондентов была ожидаемо положительной. В связи с этим было принято решения запуска основного исследовательского поля.

Основной целью анкетного опроса является анализ уровня социальной сплоченности в крупных провинциальных городах. Для этого была разработана анкета, базирующаяся на нескольких блоках. Во-первых, в анкете присутствует ряд вопросов, определяющих социальную дистанцию, т.е. близость или отчужденность социальных общностей, групп, отдельных людей. Речь идет о степени социально-психологического принятия людьми друг друга, что фактически соотносится со шкалой социальной приемлемости. В основу была заложена адаптированная под цели исследо-

вания шкала Э. Богардуса, в которой определялась степень причастности к определенным группам людей и уровень близости с земляками, представляющими разные социальные группы.

Во-вторых, был использован жизненно-событийный подход, акцентирующий внимание на конкретные события, начиная от традиционных праздников и спортивных событий, заканчивая присоединением Крыма, военной угрозой и реакцией на экономические санкции. В-третьих, социальная сплоченность проявляется в желании оказывать различную помощь (материальную, психологическую, физическую) другим людям. В данном случае были выбраны 4 категории: родственники, друзья, соседи, коллеги. В принципе здесь также косвенным образом проявляется шкала социальной приемлемости, поскольку выбранные категории подпадают под разный уровень социальной дистанции. Можно предположить, чем выше желание помочь самой дальней в данном контексте группе, тем выше уровень социальной сплоченности в конкретном населенном пункте.

В-четвертых, важным блоком анкеты являются вопросы, маркирующие социальные связи в рабочем коллективе. Безусловно, для работающего человека, профессиональные сообщества имеют большое значение. Кроме того, исходя из теории человеческих отношений Э.Мэйо, у людей присутствует потребность принадлежать своей рабочей группе; встраиваться в систему формальных и неформальных групп, основанных на общих интересах и дружбе. В связи с этим целесообразным представилось включить в анкету вопросы об атмосфере в рабочем коллективе и необходимости создания своей корпоративной культуры через совместные мероприятия. Отдельное внимание было уделено стратегиям поведения респондентов на работе, что напрямую связано с ориентацией на социальную сплоченность.

В-пятых, серьезным аргументом в определении уровня социальной сплоченности являются поведенческие паттерны, которые проявляют респонденты в отношении к своим соседям и к землякам. Это нашло отражение в вопросах относительно оценок моделей поведения, предложенных исследователями, и в потенциальном желании изменить в положительную сторону образ родного города, приняв добровольное участие в ряде мероприятий. После проведения пилотажного исследования анкета была скорректирована и в итоговом виде запущена в исследовательское поле для покрытия основной выборки.

Литература

1. *Douglas D., Heckathorn D.* Respondent-Driven Sample: A New Approach to the Study of Hidden Populations // *Social Problems*. 1997. Vol. 44. № 2. P. 174–199.
2. *Wejnert C.* An empirical test of respondent-driven sampling: point estimates, variance, degree measures, and out-of-equilibrium data // *Sociological methodology*. 2009. Vol. 39. № 1. P. 73–116.
3. *Maiya A.S., Berger-Wolf T.Y.* Benefits of Bias: Towards Better Characterization of Network 17th ACM SIGKDD Conference on Knowledge Discovery and Data Mining (KDD '11). San Diego, CA, Aug 2011. URL: http://arun.maiya.net/papers/maiya_et_al-netbias.pdf (дата обращения: 03.07.2011).
4. *Wejnert C., Heckathorn D.* Web based network sampling: efficacy of respondent-driven sampling for online research // *Sociological Methods Research*. 2008. vol. 37 no. 1. P. 105–134.
5. *Печенкин В.В., Зайонц В.В.* Сетевые методы исследования виртуальных сообществ // *Теория и практика общественного развития*. 2011. № 5. С. 71-75.

ЧАСТЬ 4

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ КОЛИЧЕСТВЕННОГО ЭТАПА ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ: ПОКАЗАТЕЛИ СОЦИАЛЬНОЙ СПЛОЧЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Описание данных таблиц частотных распределений

Формирование выборочной совокупности

Эмпирическое исследование факторов и характеристик социальной сплоченности населения было выполнено в рамках количественной методологии исследования в августе-сентябре 2015 года. Подход к формированию выборочной совокупности был основан на сочетании стратифицированной выборки и выборки, регулируемой респондентами (с элементами акционистского исследо-

вания) на основе вовлечения в исследование представителей разных социально-профессиональных групп (предприниматели, творческая интеллигенция, представители медицинского, академического сообщества, сферы социальной защиты населения, педагогические работники, инженерно-технические работники, рабочие, студенты, безработные). Выборочная совокупность управляемая респондентом – RDS (respondent driven sampling) – разновидность сетевой выборки типологически близкая в методу «снежного кома», при этом математически обосновывается вероятность включения неслучайного респондента и величина систематической ошибки. Данный вид выборки характерен при изучении страт, для которых характерна высокая плотность внутригрупповых связей (к примеру, в социально-профессиональных группах) учитывая территориальное размещения целевой генеральной совокупности; выбор первичных респондентов, максимально гетерогенных по социально-демографическим признакам, влияющим на формирование социальных связей. Концепт социальной сплоченности в эмпирическом исследовании был представлен в виде комплекса понятийных структур социально-политической, профессиональной, соседской и семейной сплоченности.

Социально-демографические характеристики респондентов определены половозрастными параметрами, уровнем образования, материальным и семейным положением, наличием детей, религиозным самоопределением, указанием основного рода занятий в настоящее время. Генеральная совокупность составляет 2 493 024 чел.², размер выборочной совокупности 600 респондентов по Саратовской области, что позволяет сократить доверительный интервал $\approx 4\%$.

Материальное положение семей опрошенных респондентов характеризуется ими следующим образом: большая часть - 36,8% считает, что «денег хватает на продукты и одежду, но покупка вещей длительного пользования является большой проблемой», 32%, респондентов могут «без труда приобретать вещи длительного пользования, но покупку машины, квартиры не можем себе позволить». Меньшая группа считает, что «на продукты денег хватает, но покупка одежды вызывает серьезные затруднения» (19%), отвечают, что «едва сводим концы с концами; денег не хватает даже на продукты» 8% респондентов, и самая малочисленная группа ответивших (4,6%) ответила: «можем позволить себе достаточно дорогие покупки - квартиру, дачу и многое другое» ([См.Пр.1](#)).

В соответствии с основным родом занятий, респонденты представлены следующими социально-профессиональными группами: госслужащий, работник бюджетной сферы - 28,6%; сотрудник коммерческой/частной организации - 20%; студент - 22%; (в т.ч. работающий - 7%), временно безработный - 8%; частный предприниматель, бизнесмен - 7%; сотрудник НГО / НКО 5%; пенсионер - 5%; домохозяйка /ин - 3%; другое - 0,5% ([См.Пр.3.1](#)).

Образовательный статус респондентов представлен следующим образом: большая часть имеет высшее образование - 39%, незаконченное высшее - 21%, среднее специальное - 20,6%, полное среднее - 9%, ученую степень - 6,3%, неполное среднее - 3%. ([См.Пр.3](#)).

Отношение к религии, вероисповеданию выявило среди опрошенных группы придерживающихся православия - (74%), ислама - (7,7%), католицизма - (0,9%), протестантизма (0,5%), буддизма (0,3%), иудаизма (0,3%). Довольно существенная группа респондентов не относит себя ни к какой религии конфессии (13,6%) ([См.Пр.4](#)).

Социальная дистанция

Степень причастности к таким социальным группам как жители своего города, своего региона, к жителям столицы России, населению всей России и бывших союзных республик СССР, выявляется через следующие распределения ответов респондентов. Наиболее высокая степень причастности проявилась к жителям своего города, характеризуя отношение к этой группе как «свое» - 52,4% и «близкое, но не свое» -25,9%, ([См.Пр.5](#)) затем к жителям своего региона 23,7% и 29,5% соответственно ([См.Пр.6](#)), к жителям России в целом (23,4% и 21,8% соответственно) ([См.Пр.7](#)) и наименьшая причастность выявлена к группам жителям бывших союзных республик (6,6% и 19,4%) ([См.Пр.8](#)) и жителей столицы России (6,4% и 19% соответственно) ([См.Пр.7](#)). Наи-

² [Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям на 1 января 2015 года // www.gks.ru/free.doc2015/mun.obr2015](#)

большая степень отчужденности респондентов проявилась по отношению к социальным группам бывших республик СССР (безразличное отношение у 21% опрошенных, далекое, но не чужое - 21,7%, чужое - 22,4%) (См.Пр. 8). Отношение к жителям Москвы представляется как «далекое, но не чужое» для 29% и «чужое» - для 21% опрошенных (См.Пр.9). Данные распределения ответов оказались довольно неожиданными, учитывая довольно высокий уровень отчужденности по отношению к жителям столицы, который сравним с отношением к жителям бывших союзных республик, территориально и темпорально отдаленным от России. Это может быть связано с одной стороны с тенденцией противопоставления центра и периферии страны, представлением о столице как, об особенном социальном пространстве, в котором проявляются другие ресурсы, возможности, отличные от других регионов России. С другой стороны, это может быть связано с особенностями инструментария, в котором «свой» город и регион противопоставлены столичному, а включенность в более широкие социальные группы осознается с большей необходимостью.

События как индикатор социальной сплоченности

Отношения к событиям, которые могут рассматриваться как потенциально сплывающие люди, распределились в ответах респондентов следующим образом:

-наибольшее значение отдано таким событиям, как значимые семейные события - 66,9%, военная угроза - 64,5%, традиционные и национальные праздники - 61,7%, спортивные события - 45%, общее дело на работе - 44,6%, корпоративы - 26%, присоединение Крыма - 27,7%, экономические санкции - 18%, благоустройство района, города - 17%, которые, по мнению респондентов, «всегда сплывают» людей (См.Пр.10). Эти данные показывают значение факторов, которые могут быть значимы для проектирования мер социальной политики, развития патриотизма, социальной сплоченности на краткосрочную среднесрочную перспективу, поскольку опираются на актуальные эмоционально переживаемые события населения в связи с мерами внутренней и внешней политики. Согласно полученному распределению ответов, наиболее значимы факторы межличностных отношений, семейных событий, факты личной биографии, которые проживаются в контексте значимых социально-политических событий. Реально осознаваемая угроза военных действий обладает сплывающим социально-психологическим эффектом, делением на «своих-чужих», противопоставлением больших социальных групп, представляя собой тенденцию противопоставления себя и расширенной группы, к которой относит себя человек, внешнему врагу. Таким образом, внешняя угроза в нестабильной геополитической ситуации сокращает социальную дистанцию в обществе. Весьма значимыми для формирования социальной сплоченности представляются и позитивные события на макроуровне, объединяющие людей при положительно проживаемом опыте, совместных праздниках, символических событиях для страны. Примером таких событий выступают праздники, значимые для большинства населения - традиционные (Новый год, День защитников отечества и другое), государственные (День конституции, присоединение Крыма), религиозные (например, Пасха) праздники, спортивные события международного значения (Олимпиада в Сочи).

-«иногда» могут сплывать, то есть имеют потенциал при определенных условиях, такие события как корпоративы, что соответствует мнению - 52,8% респондентов, благоустройство района - 52%, общее дело на работе - 48%, спортивные события - 46,5%, экономические санкции - 34,4%, присоединение Крыма - 31,6%, традиционные и национальные праздники - 32,6%, семейные праздники - 27,7%, военная угроза - 20,8% (См.Пр.10). Вероятно, наибольшее значение эти факторы имеют в периоды стабильного экономического и социально-политического развития отношений в международном и национальном масштабах, и значимы при реализации стратегических проектов устойчивого развития отдельных отраслей социально-экономической сферы и страны в целом.

- В качестве наименее значимых в настоящее время для социальной сплоченности факторов и событий почти треть респондентов (32,4%) указала экономические санкции, четвертая часть респондентов (25,5%) - на благоустройство района, города; пятая часть респондентов (20%) считают не значимым для достижения социальной сплоченности присоединение Крыма, 14% - указывают, что «совсем не сплывают» корпоративы (См.Пр.10).

Принадлежность к группе как показатель социальной сплоченности

Ощущение общности, близости, причастности, социальной сплоченности измерялось по таким показателям как религиозная вера/конфессия, принадлежность к профессиональной группе, этнической группе, общее гражданство, схожее социальное положение, родственные и семейные отношения, половозрастные показатели, взаимодействие в социальных сетях, что демонстрируют следующие данные.

Наиболее высокая степень общности с окружающими людьми, проявилась в ответах респондентов на основании оценки значения родственно-семейных связей. Так, общность с членами семьи, родственниками ощущают в полной мере - 77% респондентов, «скорее ощущают» -16,9% респондентов, «скорее не ощущают» и совсем не ощущают соответственно - 2,5% и 1,5% респондентов, затруднились ответить - 1,7% опрошенных ([См.Пр.11](#)).

Весьма существенно чувство общности при реализации совместной деятельности с представителями одной профессии. Профессиональную сплоченность ощущают в полной мере 28,9% респондентов, «скорее ощущают» - 50,3% респондентов, «скорее не ощущают» и совсем не ощущают соответственно 11,9% и 5,4% респондентов, затруднились ответить 3,5% опрошенных ([См.Пр.11](#)).

По результатам исследования, факторы пола и возраста оказываются несколько менее значимы при соотношении респондентами себя с социальными группами, в сравнении с семейными, профессиональными факторами принадлежности, но являются тоже довольно существенными. Общность с людьми одного поколения (возраста) в большей степени ощущается большинством респондентов, чем фактор пола, для которых принадлежность к возрастной когорте значима для 73,2% ответивших (ощущают в полной мере - 22,5%, «скорее ощущают» - 50,7% респондентов). Гендерная идентичность является сплывающим фактором для 64% респондентов: ее в полной мере замечают- 20% респондентов, «скорее ощущают» общность по признаку пола - 44% респондентов. Возрастной фактор не значим для 22,5% респондентов («скорее не ощущают» и совсем не ощущают соответственно 15% и 7,4% респондентов, затруднились ответить 5% опрошенных), а фактор пола «скорее не ощущают» и совсем не ощущают при формировании чувства общности с людьми соответственно 18% и 9,4% респондентов (в целом 27,5%), затруднились ответить 8,6% опрошенных ([См.Пр.11](#)).

Сохраняют свое значение факторы социального расслоения, которые подчеркивают значение социально-экономического неравенства и объединяют людей по классово-стратификационным основаниям. Общность с людьми одного социального положения ощущают в полной мере 25,8% респондентов, «скорее ощущают» 43% респондентов (в целом 69%), «скорее не ощущают» и совсем не ощущают только 17,6% и 7% респондентов соответственно, затруднились ответить 6,5% опрошенных ([См.Пр.11](#)).

Традиционные факторы, объединяющие людей в социальные группы и сплывающие их, такие как этническая и религиозная принадлежность в ответах респондентов занимают в рейтинге ответов несколько более скромную позицию. Общность с людьми одной религиозной веры и конфессии ощущают в полной мере 21,6% респондентов, «скорее ощущают» - 38,4% респондентов (придают значение всего 60%), «скорее не ощущают» и совсем не ощущают соответственно 17,8% и 11,7% респондентов, затруднились ответить 10,4% опрошенных. Общность с представителями одной этничности ощущают в полной мере 18,7% респондентов, «скорее ощущают» 39% респондентов (всего 57,8%), «скорее не ощущают» и совсем не ощущают соответственно 22% и 9,4% респондентов, затруднились ответить 10,6% опрошенных ([См.Пр.11](#)).

Следует отметить, что одной из современных тенденций становится формирование нового типа социальных общностей, по отношению к которым формируется социальная идентичность, причастность к событиям, происходящим в стране. Таким типом сообществ становятся виртуальные и реальные сообщества в социальных сетях. Общность с людьми, с которыми респонденты общаются в социальных сетях ощущают в полной мере 15% респондентов, «скорее ощущают» - 38,5% респондентов (в целом 53,8%), «скорее не ощущают» и совсем не ощущают соответственно 18,5% и 14% респондентов (в целом 32%), затруднились ответить 14% опрошенных ([См.Пр.11](#)).

Интересно отметить взаимосвязь тенденций ответов на вопросы об ощущении общего российского гражданства, общности с гражданами страны и причастности к жителям России. Так, ощущение гражданской принадлежности в полной мере проявляется у 22% респондентов, ее «скорее ощущают» 40% респондентов (в целом почти две трети опрошенных) ([См.Пр.11](#)). Одновременно

менно, причастность к жителям России, восприятие этой социальной группы как «своего», родного отмечается у 23,4% опрошенных, «как, близкое, но не свое» - у 22% респондентов (менее половины опрошенных) ([См.Пр.7](#)). Скорее не ощущают и совсем не ощущают гражданский статус и общность с гражданами страны соответственно 22,9% и 8,9% респондентов (немногим менее трети респондентов) ([См.Пр.11](#)), а при вопросе о причастности к жителям всей России распространена характеристика данной социальной группы как «далекое, но не чужое» – проявилась у 28,7% опрошенных, безразличное отношение у 14,7% респондентов, оценивается как «чужое» - 5,5% ответивших ([См.Пр.7](#)). То есть, гражданственность и ощущение социальной идентичности с группой россиян могут представлять разные категории исследования социальных отношений, когда имея российское гражданство человек может воспринимать его как внешний фактор, формальный статус, позволяющий не чувствовать общности с группой россиян. Продемонстрированные тенденции выявляют существенную долю социальной отчужденности практически трети опрошенных россиян, что необходимо учитывать в реализации программ социально-демографического развития, миграционной политики.

Готовность оказания помощи и уровень социальной сплоченности

Блок вопросов, выявляющих готовность помогать окружающим на основе чувства общности/отчужденности с ними продемонстрировал несколько тенденций в ответах респондентов. В проведенном исследовании измерялись параметры готовности оказать помощь родственникам, друзьям, коллегам, соседям в виде передачи денег на безвозмездной основе и займы, выслушать проблемы, посочувствовать; дать в пользование вещи; дать совет; помочь с ремонтом, уборкой, переносом вещей; использовать собственные связи, контакты для помощи; привлекать к помощи других людей.

Готовность оказывать помощь измерялась по отношению к разным социальным группам и видам помощи. Так, по отношению к родственникам, дать денег на безвозмездной основе «очень характерно» и «характерно» для 57% и 9,4% опрошенных, друзьям - 14,8% и 7,4%, коллегам - 3,6% и 1,6%, соседям - 2,6% и 0,9%. Для сравнения, не свойственен такой вид помощи в отношении родственников для 6,5% ответивших, в отношении друзей для 18,3%, в отношении коллег для 48%, в отношении соседей для 65% ([См.Пр.12](#)).

Дать денег займы родственникам свойственно 64,8%, не свойственно 12% респондентов. Та же мера поддержки в отношении друзей свойственна для 49%, в отношении коллег свойственно 24%, и гораздо менее в отношении соседей - 16,5%. Не готовы дать в долг родственникам - 11,9% респондентов, не свойственно давать в долг друзьям и коллегам для 11,9% и 23,9% респондентов соответственно, не свойственно дать денег займы соседям - для 43% респондентов ([См.Пр.13](#)).

Другая форма материальной помощи окружающим, такая как дать в пользование вещи наиболее свойственна в отношении родственников для 65,4% (не свойственно 11,4% респондентов), друзей 44,6% (не свойственно 17,7% респондентов), и в меньшей степени свойственная в отношении коллег - 14,4% (не свойственно давать вещи друзьям для 39,4% респондентов) и соседей - 10,6% (не свойственно так помогать для 51,6% респондентов) ([См.Пр.14](#)).

Предложить свою помощь с ремонтом, уборкой, переносом вещей родственникам свойственно 72%, не свойственно 3,8% респондентов. Помочь друзьям, предложив физическую помощь, свойственно - 51%, не свойственно - 7% респондентов. В отношении коллег и соседей данная помощь характерна для равных долей опрошенных - соответственно 18,9% и 18,4%, не свойственно соответственно для 25,9% и 38% респондентов ([См.Пр.15](#)).

Высока готовность оказать такие формы бытовой психосоциальной поддержки родственникам, как выслушать проблемы, посочувствовать, а также посоветовать выход из сложившейся ситуации - это свойственно для 81% и 71,5% соответственно, не свойственно лишь для 2,4% и 3,5% респондентов. Выслушать проблемы, посочувствовать друзьям свойственно - 72,6%, а посоветовать им выход из сложившейся ситуации - для 63,5% (не свойственно 4,9% и 1,9% респондентов соответственно). Аналогично рассматриваемым формам поддержки в отношении коллег готовы помочь 38,9% и 36% (и соответственно не готовы 8,5% и 12%), в отношении соседей - 28% и 27%, не готовы помочь сочувствием и советом соответственно 27,5% и 30% опрошенных ([См.Пр.16](#); [См.Пр.17](#)).

Использовать собственные связи, контакты для помощи родственникам свойственно более чем для двух третей опрошенных (71,8%) и не свойственно только для 5,8% респондентов. Заболеть слово в поддержку друзей готовы более половины опрошенных (57%), не готовы только 6,6% респондентов. Немногим менее четверти респондентов пользуются личными связям для помощи коллегам (это свойственно -24%, не свойственно - 20%) и только 18% готовы предоставить свои знакомства и связи для помощи соседям, тогда как это не свойственно для 39,6% опрошенных ([См.Пр.18](#)).

Менее распространенной формой поддержки оказалось привлечение к помощи родственникам, друзьям, коллегам и соседям других людей-волонтеров - такая помощь характерна в отношении перечисленных групп только для 44%; 34%; 15,8%; 12,5% респондентов соответственно. Обратная характеристика, показывающая не готовность прибегать к такой помощи в отношении родственников для 22% респондентов, друзей - для 24%, коллег - для 36,8%, и соседей - показательна для 52,8% опрошенных ([См.Пр.19](#)).

Вопрос о возможности добровольного участия в мероприятиях города в свободное время отразил готовность респондентов сажать деревья и цветы 25,7% респондентов, организовывать детские игровые площадки 17,8%, возглавить детские секции и кружки по интересам - 14,9%, принимать участие в уборке парковой зоны 15,7%; гораздо реже проявляется готовность участвовать в рейдах по охране правопорядка - 6%, участвовать в митингах по социально-значимым проблемам - 7,7%, при отказе от участия в мероприятиях - 9,8% респондентов ([См.Пр.20](#)).

Модели поведения в коллективе как ориентация на социальную сплоченность

При определении приоритетных видов деятельности в свободное время, время отдыха в течение недели наиболее популярным ответом стал «дома, в своей квартире» -60% и «на открытом воздухе (на улице, в парке, на природе)» - 16,9%, заметно опередив другие ответы «в доме друзей, родственников» - 10%, занимаюсь чем-либо рядом с домом» (5,5%), в общественном месте 3,2%, на даче - 1,5% ([См.Пр.21](#)).

К факторам профессиональной сплоченности, выявляющим степень социального комфорта на рабочем месте относится атмосфера в трудовом коллективе, организация совместных мероприятий, корпоративов, особенностей оценки собственного поведения и эмоционального состояния в коллективе. Формирование позитивной и негативной атмосферы складывается в соответствии с особенностями взаимодействия работников, наличием/отсутствием конфликтных личностей, умением руководителя организовывать трудовой процесс, решать проблемы в трудовом коллективе, проведением совместных мероприятий.

При описании атмосферы в рабочем коллективе большая часть респондентов оценивает ее как «дружественную, позитивную» - 26,2%; 31% определяют ее как взаимное уважение - 11,3% опрошенных оценивает ее как деловую; 4,8% - как конкурентную, а 3,7% - признались, что им в трудовом коллективе тяжело и некомфортно. При этом, примерно пятая часть респондентов в настоящее время не работает ([См.Пр.22](#)).

Как показали данные исследования, позитивная атмосфера преимущественно зависит от того, что подобрались позитивные, добрые люди - так считает 41,5% опрошенных, по мнению 22% респондентов, в их коллективе распространены взаимопомощь и взаимовыручка, 13,3% - видят в этом положительное влияние начальника, который делает все возможное для сплочения коллектива и только 6,8% ответивших считают, что причина в совместных спланированных мероприятиях. При этом более 10% респондентов затруднились с ответом ([См.Пр.23](#)).

Причины негативной трудовой атмосферы видятся в основном в наличии в коллективе негативно настроенных сотрудников, как считают 36,2% респондентов, второй по значимости причиной выдвигается начальник, который сам провоцирует конфликты и создает напряженную ситуацию, с небольшим отрывом идут варианты ответов о конкуренции сотрудников, мешающей взаимовыручке (12,6%) и недостаточность мероприятий, спланированных коллективом (10,7%), при этом почти четверть респондентов затруднились определить причины конфликтов в трудовом коллективе ([См.Пр.24](#)).

Неоднозначно оценивается значение проведения корпоративов как фактора сплоченности трудового коллектива, при этом мнения респондентов о частоте проведения таких событий разделились: 38,8% - считают, что они должны проводиться примерно раз в месяц; 39,8% - считают, что

их нужно проводить один-два раза в год, примерно десятая часть желает в них участвовать каждую неделю (9,9%), и чуть больше респондентов не считают нужным их проведение вообще (11,5%) ([См.Пр.25](#)).

Наиболее свойственное поведение на работе, эмоциональное состояние, трудовые стратегии работающих респондентов выявляются через установки по отношению к исполнению трудовых обязанностей, оценке удовлетворенности работой и местом в трудовом коллективе, особенностями взаимодействия с коллегами.

Большая часть респондентов в трудовом коллективе стремится поддерживать позитивный настрой: «абсолютно согласны» с этим утверждением 58%, «скорее согласны» - 30,4%; а также стараются поддерживать стабильные рабочие отношения: «абсолютно согласны» с этим утверждением - 48,5%, «скорее согласны» - 39%. С утверждением, что подвержены эмоциональному влиянию окружения «абсолютно согласны» - 11,7%, «скорее согласны» - 28,6%, «и да, и нет» ответили - 36,5%, «не согласны» - 17,8%, «абсолютно не согласны» - 3,4% ответивших ([См.Пр.26](#)).

Несмотря на то, что конкурентность в трудовом коллективе рассматривается как фактор формирования негативной атмосферы для 12,6% сотрудников, с утверждением, «стремятся рассчитывать только на себя» применительно к своему поведению в трудовом коллективе «абсолютно согласны» - 40,5%, «скорее согласны» - 20% ответивших. Стратегия чаще обращаться к руководству как наиболее свойственный тип поведения оценивается неоднозначно: с ним «абсолютно согласны» 13,5%, «скорее согласны» 18%, «и да, и нет» ответили - 38%, «не согласны» - 23,7%, «абсолютно не согласны» - 1,7% ответивших ([См.Пр.27](#)).

Разнонаправленные трудовые стратегии проявлять инициативу или совершать действия напрямую связанные только с трудовыми обязанностями отражены в следующем распределении ответов: стремятся проявлять инициативу на работе 67,4% («абсолютно согласны» - 39%, «скорее согласны» - 28%, «и да, и нет» ответили - 26%, «не согласны» - 5%) респондентов. Тогда как исполнять только свои должностные обязанности стремятся - 46% («абсолютно согласны» - 26%, «скорее согласны» - 20%, «и да, и нет» ответили - 31%, «не согласны» - 17%, «абсолютно не согласны» - 4%) опрошенных ([См.Пр.28](#)).

Значимыми и авторитетными в коллективе себя чувствуют примерно половина опрошенных («абсолютно согласны» - 22,3%, «скорее согласны» - 33,3% ответивших), стараются участвовать в значимых событиях организации более половины респондентов («абсолютно согласны» - 28,3%, «скорее согласны» - 29,5% ответивших). Комфортно чувствуют себя на рабочем месте более 70% опрошенных («абсолютно согласны» - 39%, «скорее согласны» - 31,8% ответивших), а 21% - не определился со степенью своего комфорта ([См.Пр.29](#)).

Поведенческие паттерны в отношении соседства и города

Ряд вопросов направленных на выявление поведенческих паттернов социальной сплоченности демонстрирует следующие установки и отношения респондентов по ряду утверждений. Большинству респондентов нравится жить в Саратове и городах Саратовской области, о чем свидетельствуют распределения ответов: «абсолютно согласны» - 27,4%, «скорее согласны» - 29,3%. Приблизительно треть опрошенных не могут дать утвердительный ответ - «и да, и нет» 28,4%, и менее одной пятой выборочной совокупности дали отрицательные оценки: «не согласен» - 10,1%, «абсолютно не согласен» - 4,8%. Основная часть опрошенных ходит в гости и посещает дома друзей - Я хожу в гости к моим друзьям, посещаю их дома: «абсолютно согласен» 45,4%, «скорее согласен» - 25,6%, что составляет большинство - 71%, что свидетельствует о высоком уровне сплоченности. Чуть более одной пятой опрошенных склоняются к варианту «и да, и нет» - 20,9%, и менее одной десятой респондентов исключают для себя посещение друзей - «не согласен» 5%, «абсолютно не согласен» 3,2% ([См.Пр.30](#)).

Для респондентов важна категория дружбы и чувства соседства, среди которых большинство 34,6% и 29% - «абсолютно согласны» и «скорее согласны» соответственно. Примерно одна четвертая в средней мере ощущают важность данной категории «и да, и нет» - 24%, и меньшая часть опрошенных не испытывают потребности: «не согласен» - 7%, «абсолютно не согласен» - 5%. Неоднозначны следующие распределения, при довольно высоком уровне «Дружбы и чувства соседства» всего лишь за советом к соседям пойдут 6,4% и 11,3%, а большинство респондентов дали следующие оценки: Если нужен совет, я пойду к кому-нибудь из соседей, они помогут: «и да, и

нет» - 20,4%, «не согласен» - 30,4%, «абсолютно не согласен» - 31,5%. Схожие тенденции наблюдаются с обменом вещами: Я беру вещи у соседей и обмениваюсь с ними: «абсолютно согласен» - 3,5%, «скорее согласен» - 5,6%, что составляет лишь одну десятую выборочной совокупности, а большинство ответов имеют распределения: «и да, и нет» - 11%, «не согласен» - 30,4%, «абсолютно не согласен» 49,3% ([См.Пр.31](#)).

Наиболее свойственное поведение при определении социальной сплоченности при реальном общении с соседями отражают распределения ответов: соседи редко приходят ко мне домой: «абсолютно согласен» - 35,5%, «скорее согласен» - 22,3%, «и да, и нет» - 21,5%, «не согласен» - 12,9%, «абсолютно не согласен» - 7,8%. Схожие тенденции присутствуют в вопросе: «Я часто останавливаюсь на улице и обсуждаю новости с соседями»: «абсолютно согласен» - 6,6%, «скорее согласен» - 14,4%, «и да, и нет» - 25%, «не согласен» - 27%, «абсолютно не согласен» - 26,8% ([См.Пр.32](#)).

Индикаторы социальной активности выражены в потенциальном желании изменить в положительную сторону образ родного города, приняв добровольное участие в ряде мероприятий. Исходя из предложенных моделей поведения, были получены следующие данные в отношении города: Если бы была возможность, я бы уехал отсюда: «абсолютно согласен» - 23%, «скорее согласен» - 19,0%, «и да, и нет» - 25,9%, «не согласен» - 21,4%, «абсолютно не согласен» - 10,6%. Треть опрошенных готовы работать над улучшением городского пространства: «абсолютно согласен» - 14,6%, «скорее согласен» - 28,6%; около трети респондентов склоняются к ответу «и да, и нет» - 35% и одна пятая не готова принять участие: «не согласен» - 14%, «абсолютно не согласен» - 8%. Индикаторы сплоченности находят отражение в утверждении «Жизнь в этом районе дает чувство общности с его жителями», с которым абсолютно согласны - 10,3% опрошенных, скорее согласны - 16%, около трети выборочной совокупности дали ответ «и да, и нет» - 32%, и треть ответов разделены на: «не согласен» - 22% и «абсолютно не согласен» - 19%. Один из индикаторов социального благополучия служит утверждение «Я думаю, что здесь хорошее место, чтобы воспитывать детей», согласие с которым выразили - 37%, приблизительно такое же количество респондентов склонны к нейтральной позиции - 34,5%, и 28% - дали отрицательные оценки ([См.Пр.33](#)). Исходя из анализа полученных данных можно сделать вывод, что средний коридор колебания между ответами не превышает - 15%. На основе графика выделяется несколько страт респондентов, первая - кто готов улучшать свой район и вторая - кто считает, что район хорошее место для воспитания детей (графики практически идентичны). Обратной пропорциональной зависимостью взаимосвязь между двумя предыдущими стратами и группой, которая хотела бы переехать.

Отношение к бывшим соотечественникам, и к тем, кто собирается переезжать за границу, выражается через одобрение/неодобрение их мотивов переезда. Так, наиболее одобряемыми мотивами переезда являются приглашение на работу («вполне поддерживают» - 74,2% респондентов и «скорее положительно» относятся - 21,3%) и стратегия получения образования за рубежом, которую «вполне поддерживают» - 72,9% респондентов и «скорее положительно» относятся - 20%, небольшая доля относится «скорее отрицательно» (3,2 и 5,8% соответственно) и никто однозначно не осуждает. Мотивы переезда, связанные с поиском работы несколько менее одобряемы и «вполне поддерживаются» и оцениваются «скорее положительно» равным количеством респондентов – по 41,3% в каждом случае, и при «скорее отрицательном» отношении 15,5% ответивших. Несколько менее одобряемыми стратегиями переезда, но тоже вполне жизнеспособными оказались «оформление брака» и поиск супруга / супруги, с которыми «вполне» согласны соответственно 36% и 28,4% ответивших, к ним относятся скорее положительно соответственно 30,3% и 27,7% ответивших. Эти стратегии вызывают «скорее отрицательное» отношение у 15,5% и 19,4%, и осуждение 5,8% и 13,5% ответивших, затруднились дать определенный ответ 12% и 11% респондентов соответственно по каждому из рассматриваемых вариантов мотивов. Еще более неоднозначно оценивается мотив «поиска лучшей жизни» за границей, который «вполне поддерживают» почти треть респондентов, «относятся скорее положительно» - 27%, «скорее отрицательно» - 20%, осуждают - 10% респондентов, затруднились ответить 11% респондентов ([См.Пр.34](#)). Таким образом, на основе полученных данных, можно с уверенностью утверждать, что мобильность населения и, в частности, миграционные процессы, рассматриваемые на микроуровне, в контексте биографических событий и жизненных стратегий, оказываются вполне одобряемыми большинством опро-

шенных. Это может быть связано с возрастающей ценностью социальной гибкости и мобильности как условия достижения индивидуального успеха.

Представим наиболее популярные ответы на вопрос о более вероятных источниках помощи при возможном переезде за границу. Так, в большей степени респонденты надеются на родственников, обращаться к которым для 56% респондентов в такой ситуации может быть «очень характерно») и друзья («очень характерно» - 38,7% и «характерно» для 20% ответивших), «довольно часто» к соотечественникам (19%) и «иногда» к коллегам по работе (17,4%), предположительно «совсем не свойственно» за рубежом будет обращаться в социальные службы для 21,9%, а к соседям для 27,7% респондентов ([См.Пр.35](#)).

Исходя из таблиц сопряженности ([См.Пр.36](#)) наибольшую причастность к жителям своего города чувствует группа работников негосударственных коммерческих мероприятий (73,9%), на втором месте по распределению находится страта госслужащих из бюджетной сфера – 55% респондентов, на третьем месте неработающие студенты – 51,9% и 51% безработных. Далее следуют сотрудники частных коммерческих организаций и пенсионеры по 50% опрошенных внутри каждой группы.

При построении дерева классификации использовался метод построения CRT по причине номинальной независимой переменной «род занятий». При измерении критерия согласия использовалась «мера Джини» (вычисляется как сумма всех попарных произведений относительных размеров классов, представленных в данной вершине; ее значение будет максимальным, когда размеры всех классов одинаковы). В конечном счете, цель анализа с помощью деревьев классификации состоит в том, чтобы получить максимально точный прогноз. Исходя из дерева классификации, где независимыми переменными выступали пол и возраст и род занятий, а в качестве зависимой переменной выбрана социальная дистанция к жителям своего города по целевой категории «Свое», то есть респонденты, у которых максимальное чувство близости с жителями своего города, мы получили следующие распределения ([См. Пр.37](#)). Наибольшая социальная дистанция по отношению к жителям города, чей возраст больше 22 лет, при дальнейшем разбиении можно увидеть, что по роду занятий ближе сотрудники бюджетной сферы, госслужащие, сотрудники негосударственных коммерческой организации и на последнем этапе возраст респондентов смещается к отметке старше 34 лет.

При определении профессиональной сплоченности было сформировано дерево классификации с учетом предыдущих методов построения. В данном случае зависимой переменной выступала общность с представителями профессии, а в качестве независимых переменных выступали род занятий и уровень рабочей атмосферы в коллективе. На основе графика ([См.Пр.37](#)) наибольшую общность чувствуют респонденты среди следующего рода занятий: студенты, пенсионеры, работники бюджетной сферы, сотрудники негосударственных некоммерческих организаций – 29,7% и 53% соответственно ощущают близость, где наибольшее чувство сплоченности присутствует при условии взаимного уважения. По другой ветке дерева, к которой относятся сотрудники коммерческой/частной организации; частные предприниматели и бизнесмены, наибольшая степень сплоченности присутствует в дружественной обстановке. На основе данных можно сделать вывод, что чем лучше рабочая атмосфера в коллективе, тем выше чувство близости (общности) не только в данном коллективе, но и в отношении профессии, респонденты ощущают близость с людьми одинаковой профессии.

При определении уровня атмосферы в коллективе и связью с родом профессиональной деятельности выявлены с опорой на таблицу сопряженности определенные тенденции ([См.Пр.38](#)), дружественная атмосфера присутствует среди тех, кто занят индивидуальным трудом - 40,5%; 32% среди сотрудников коммерческой/частной организации, 28,6% - среди сотрудников негосударственной некоммерческой организации и наименьший процент - 26% среди работников бюджетной сферы. Атмосфера взаимного уважения присуща в большей степени для сотрудников коммерческой/частной организации – 48,7%, приблизительно равное распределение между работниками бюджетной сферы и негосударственной некоммерческой организации по 43% и 30% среди индивидуальных предпринимателей. Деловая атмосфера имеет невысокое распространение приблизительно в равной мере, где варьируется от 13% до 20%, аналогично и конкурентная обстановка, но уже с меньшими показателями от 4% до 8%. Интересным является тот факт, что тяжелая и

некомфортная обстановка присуща государственной сфере – почти одна десятая респондентов – 9%. На графике можно проследить следующие характеристики: что наибольший комфорт проявляется среди частных предпринимателей, а наименьший комфорт в коллективе свойственен бюджетной сфере.

Данная тенденция сохраняется и при формировании материального положения, наибольший показатель тех кто «едва сводит концы с концами» - 8,4% из бюджетных заведений, при условии в негосударственном секторе процент ответов по данной категории отсутствует, то есть 0%. Могут без труда приобретать товары длительного пользования в основном те, кто работают в негосударственной некоммерческой организации 50%, и индивидуальные предприниматели – 45%. Основной частью опрошенных которая работает в государственных учреждениях денег хватает только на еду и одежду, что составляет – 39%. Исходя из графика ([См.Пр.40](#)) можно сделать вывод, что материальный доход работников государственных учреждений ниже сотрудников рыночного сектора. Можно предположить, что уровень заработной платы влияет на социальную сплоченность и атмосферу внутри коллектива, а так же на уровень социальной дистанции. Проверим данное предположение с помощью парных корреляций. На основе таблицы ([См.Пр.41](#)) парных корреляций Спирмена (для порядковых переменных), можно утверждать, что наше предположение имеет основания, связь данных переменных сильная – $r=0,723$; при условии, что $p=0,01$ – средняя статистическая значимость. Проверим, насколько зависит желание оказать помощь от степени социальной дистанции в рабочем коллективе. На основе таблицы ([См.Пр.42](#)) можно говорить, что уровень общности конвертируется в желание оказать помощь в слабой степени, $r=0,158$ но статистическая значимость крайне высокая $p=0,000136$.

В целом, выявление механизмов влияния на социальную активность людей в виртуальной группе и реальной повседневной жизни характеризовалось определенной степенью корреляции. Под социальной активностью понимается активность на микро-, мезо и макро уровнях (личностном, групповом и общественном уровне), условие формирования деятельного энергичного социального субъекта, воспитание качеств личности, участие индивидов в преобразовании социальных условий, для достижения их соответствия потребностям и интересам личности. Деятельностное преодоление социальных диспропорций и напряженностей в обществе социальными акторами (индивидами, группами, социальными институтами) - вариации форм сознательной антропогенной деятельности, направленной на достижение, стоящих перед социумом, классом, страной, социальной группой, личностью, целей в конкретных социально-исторических условиях.

Сферы проявления социальной активности: активность в сфере образования и занятости позволяет наращивать социальный и культурный капитал, профессиональное становление; активность в общественно-политической сфере позволяет участвовать в формировании гражданского общества; активность в сфере культуры позволяет повысить уровень личностной культуры, организовывать досуговую сферу; активность в бытовой сфере часто проявляется в волонтерских проектах, преобразует условия жизни, повышает ответственность за благополучие, влияет на сплоченность в сообществе. *Использование акционистских и партисипаторных методов исследования процесса конструирования социальной сплоченности.* В качестве эмпирических индикаторов механизмов влияния на социальную активность людей в виртуальной группе и реальной повседневной жизни можно рассматривать вопросы анкеты об участии в городских мероприятиях (в.5), совместных мероприятиях с коллегами (8-10), инициативные действия в соседском обществе (в.12), анализ сплывающих событий (в.2 (Приложение, Массив данных)).

3.15. Библиографический список публикаций в 2014-15 году, в порядке значимости: монографии, статьи в научных изданиях, тезисы докладов и материалы съездов, конференций

1. Ярская В., Медведев К., Пашина Е. Возможности онлайн исследования сплоченности³: применимость качественных методов // Вестник СГТУ, 2014. №4 (77). С. 277-286.

³ Исследование проводится в рамках проекта РФФИ, № 14-06-00242, Социальная сплоченность в российском обществе: состояние, измерение, модель, рук. В.Н. Ярская.

2. Ярская В.Н., Печенкин В.В., Решетников Д.С. Социальная сплоченность в анализе структурных особенностей функционирования групп в социальной сети (на примере сети ВКонтакте) // Социология: методология, методы, математическое моделирование, 2015. № 2. С.37-45.
3. Ярская-Смирнова Е.Р., Печёнкин В.В. Сетевые подходы в анализе социальной сплочённости // Вестник СГТУ. 2014. № 4 (77). С 249-254.
4. Ярская В.Н., Шеляхина Н.А. Специальные социальные сети в интернете с ограничением пользовательского интерфейса // Вестник СГТУ, 2015. №2 (79). С. 126-132.

Форма 510. ЗАЯВКА НА 2016 год. 10.1. Номер Проекта 14-06-00242 10.2.1. Осн. код классификатора 06-900 История, социология, лингвистика. Компьютерное моделирование, компьютерные методы и информац. технологии в исследованиях по истории, филологии и социологии 10.2.2. Доп. коды класс-ра 07-388, 01-212 10.3. **Ключ. сл.** Социол. методы, мат. модель, микс стратегия, сплочён., кластер, соц. сеть, сетевая методология, индекс, доверие, инклюзия, соц. структура, соц. динамика

Основные планируемые мероприятия – круглый стол, конференция, публикации – две статьи и коллективная монография.

Пример страницы онлайн анкеты ([Ссылка на анкету:](#)

<https://docs.google.com/forms/d/1UMB5HPTUGdK23ev1HcxSWdzD26J76OI84zsAnPwSyhs/viewform>

Социальная сплоченность в российском обществе: состояние, измерение, модель

* Обязательно

3

Насколько Вы ощущаете общность (близость) с людьми, представляющими разные социальные группы? *

Отметьте одну позицию в каждой строке

	Ощущаю в полной мере	Скорее ощущаю	Скорее не ощущаю	Совсем не ощущаю	Затрудняюсь ответить
С людьми одной с Вами религиозной веры / конфессии	<input type="radio"/>				
С представителями Вашей профессии (будущей профессии)	<input type="radio"/>				
С представителями Вашей национальности	<input type="radio"/>				
С гражданами Вашей страны	<input type="radio"/>				
С членами Вашей семьи, родственниками	<input type="radio"/>				
С людьми одного с Вами социального положения	<input type="radio"/>				
С людьми Вашего пола	<input type="radio"/>				
С людьми одного с Вами поколения (возраста)	<input type="radio"/>				
С людьми, с которыми Вы общаетесь в социальных сетях	<input type="radio"/>				

Схема количественного этапа эмпирического исследования / опроса



Визуализированные результаты эмпирического исследования (Извлечение)

Пр. 3.1. Социально-профессиональные группы



Пр. 10. Отношения к событиям потенциально сплывающие людей

Отношения к событиям потенциально сплывающим людям

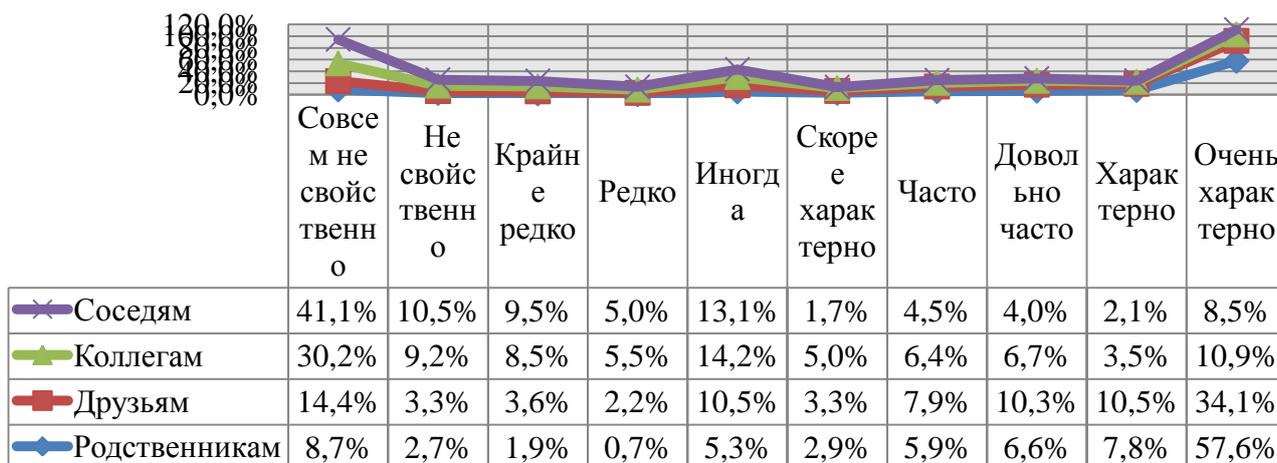


Пр. 11. Ощущение общности, близости, социальной сплоченности

Ощущение общности, близости, причастности, социальной сплоченности

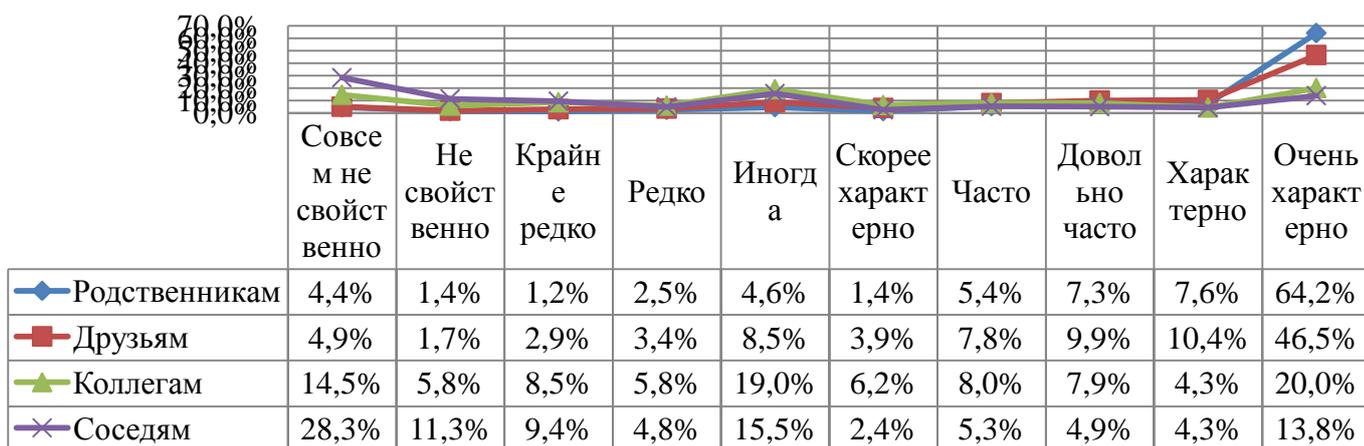


Дать в пользование вещи



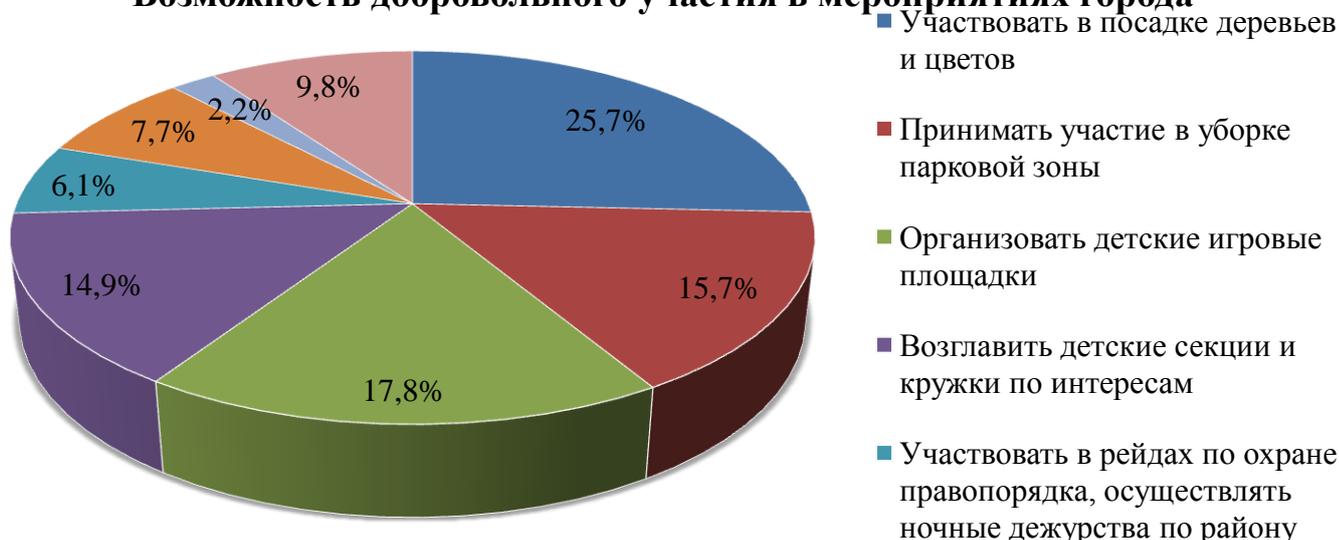
Пр.18. Использовать собственные связи / контакты для помощи

Использовать собственные связи / контакты для помощи

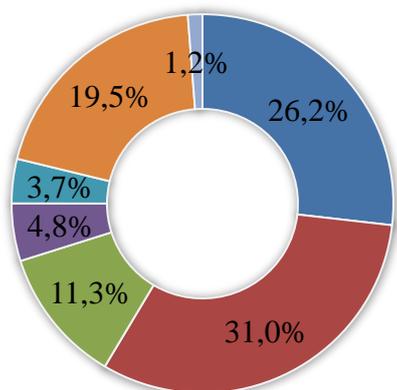


Пр.20. Возможность добровольного участия в мероприятиях города.

Возможность добровольного участия в мероприятиях города



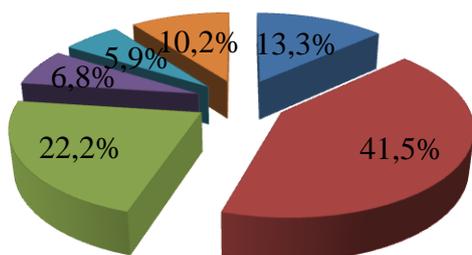
Атмосфера в рабочем коллективе



- Дружественная, позитивная (отношения семейного типа)
- Взаимное уважение (отношения максимального комфорта, изредка переходящие за рамки трудовых отношений)
- Деловая (отношения только в рамках исполнения трудовой деятельности)

Пр.23. Причины позитивной атмосферы в коллективе

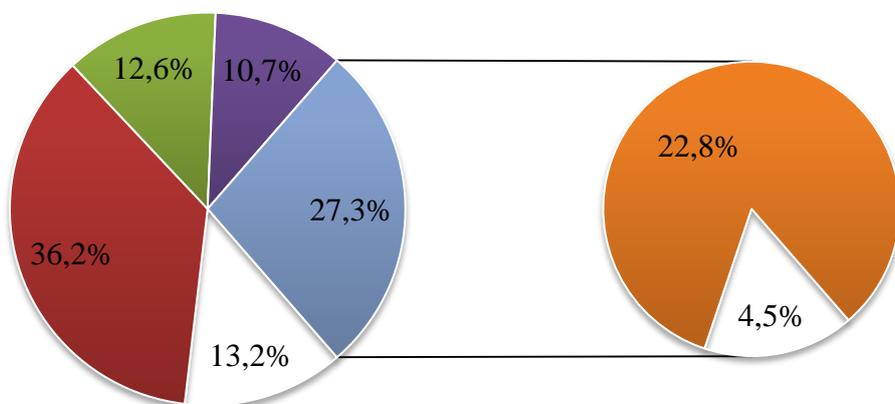
Причины позитивной атмосферы в коллективе



- Начальник делает все возможное, чтобы сплотить коллектив
- Подобрались добрые, хорошие люди
- Распространены взаимовыручка и взаимопомощь

Пр.24. Причины негативной трудовой атмосферы

Причины негативной трудовой атмосферы



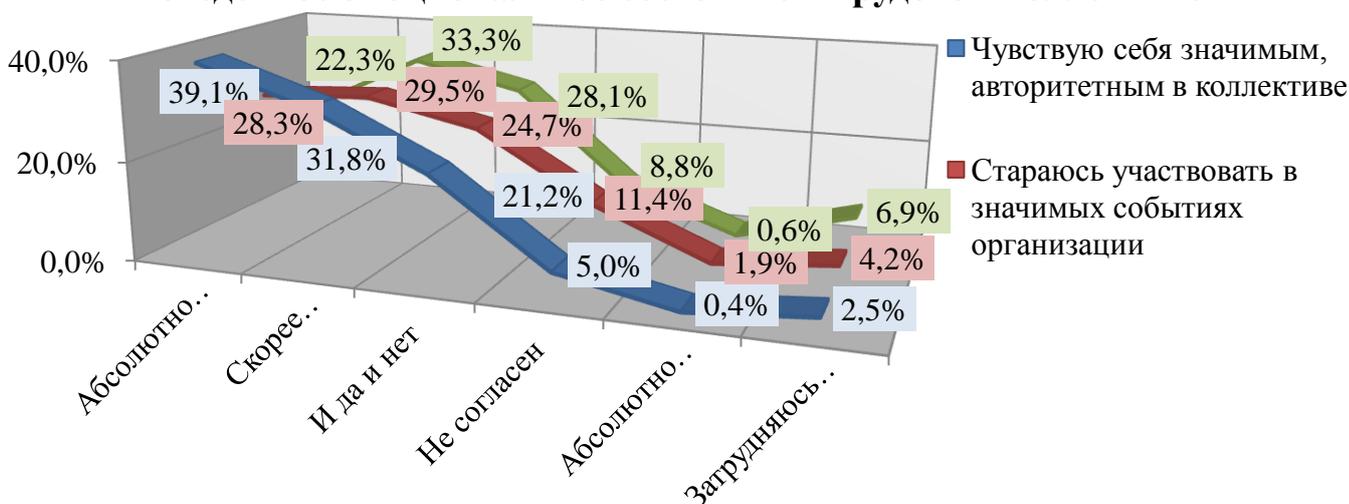
- Начальник сам провоцирует конфликты, создает напряженную ситуацию
- В коллективе присутствуют негативно настроенные сотрудники
- Конкуренция между сотрудниками препятствует взаимовыручке и взаимопомощи
- Недостаточно мероприятий, способных сплотить коллектив организации
- Другое
- Затрудняюсь ответить

Необходимость устраивать совместные мероприятия



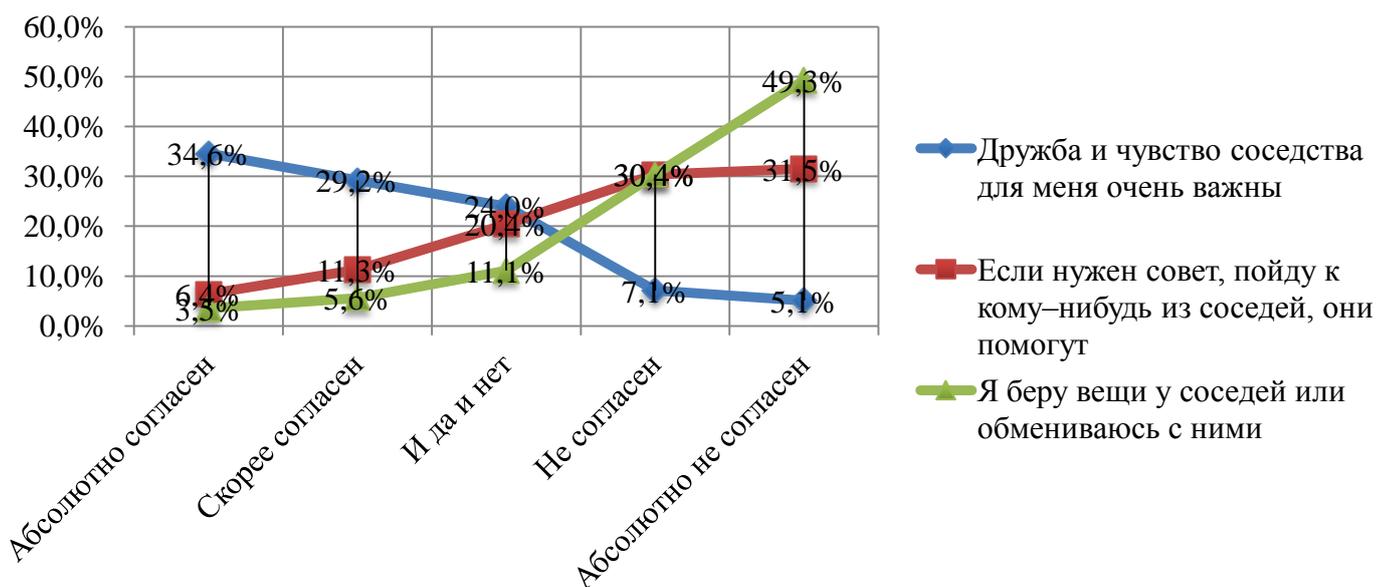
Пр.29. Поведение/эмоциональное состояние в трудовом коллективе

Поведение / эмоциональное состояние в трудовом коллективе

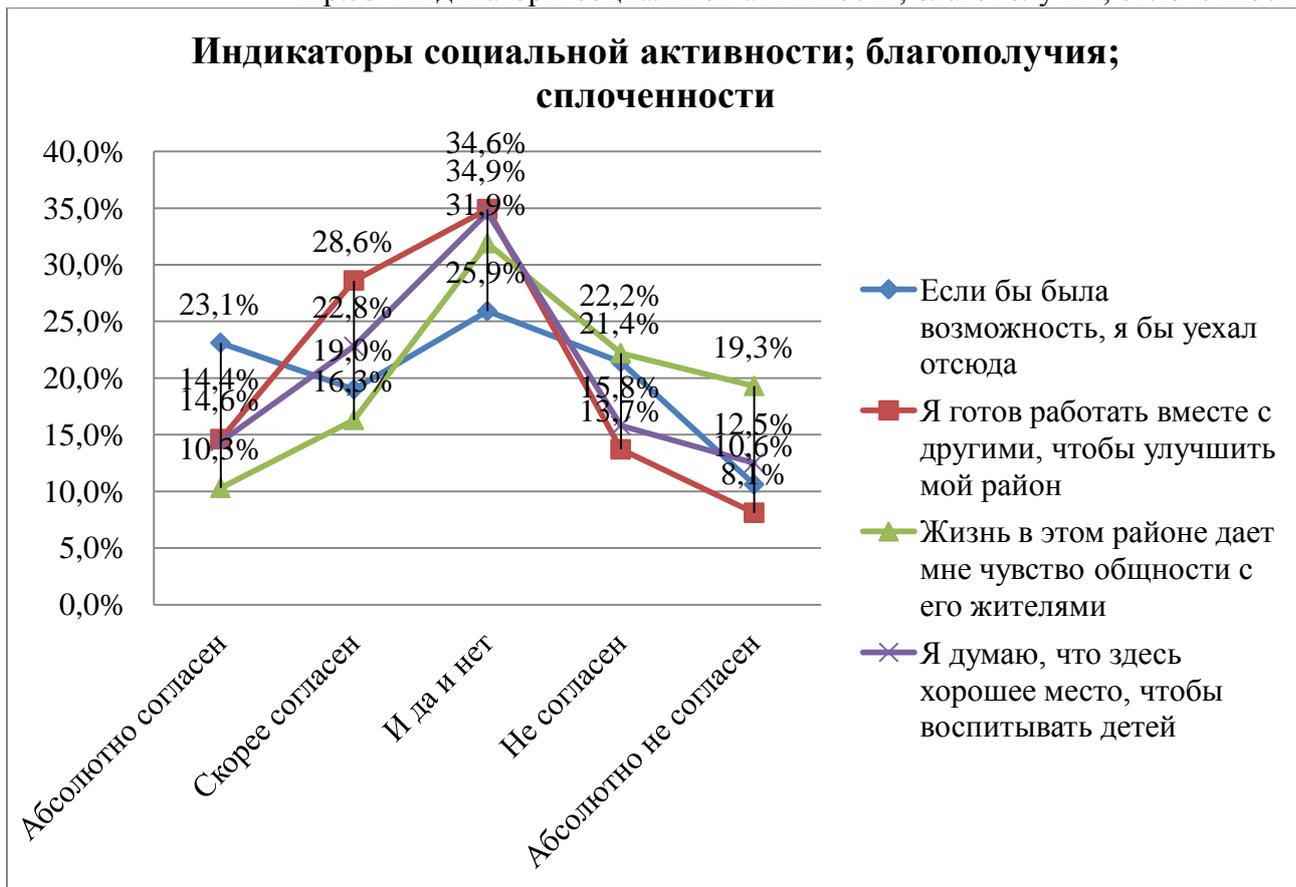


Пр.31. Поведенческие паттерны в отношении соседства

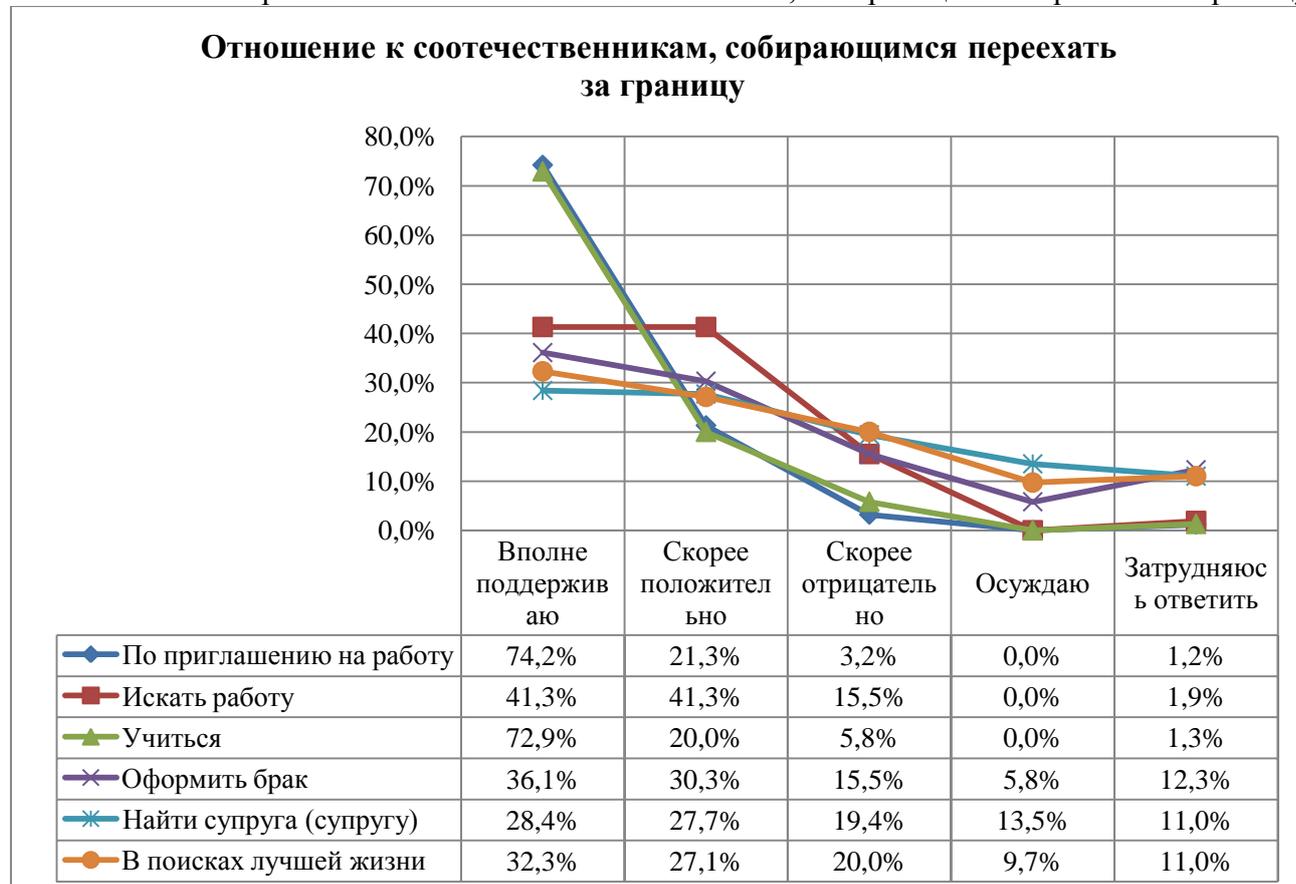
Поведенческие паттерны в отношении соседства



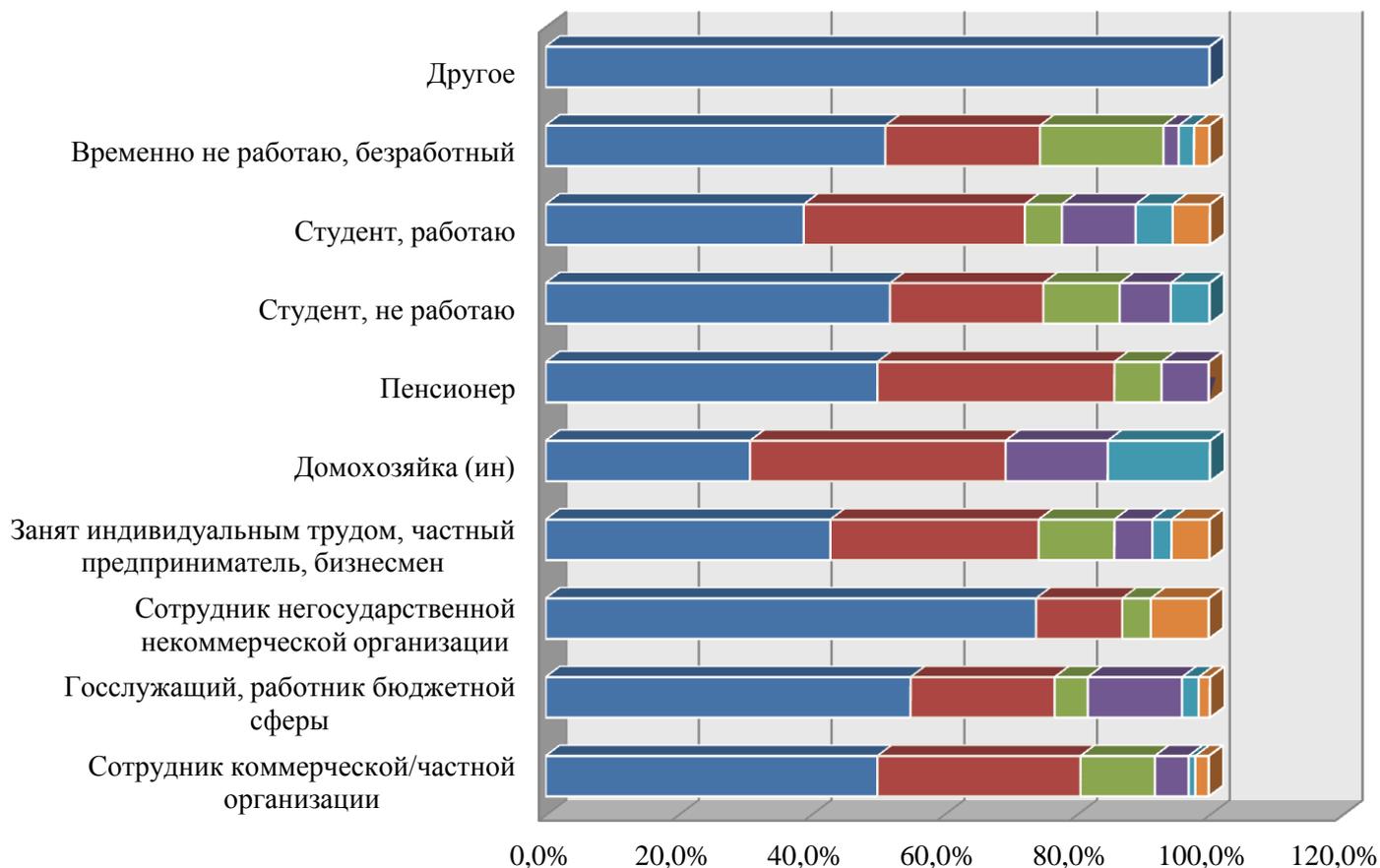
Пр.33. Индикаторы социальной активности; благополучия; сплоченности



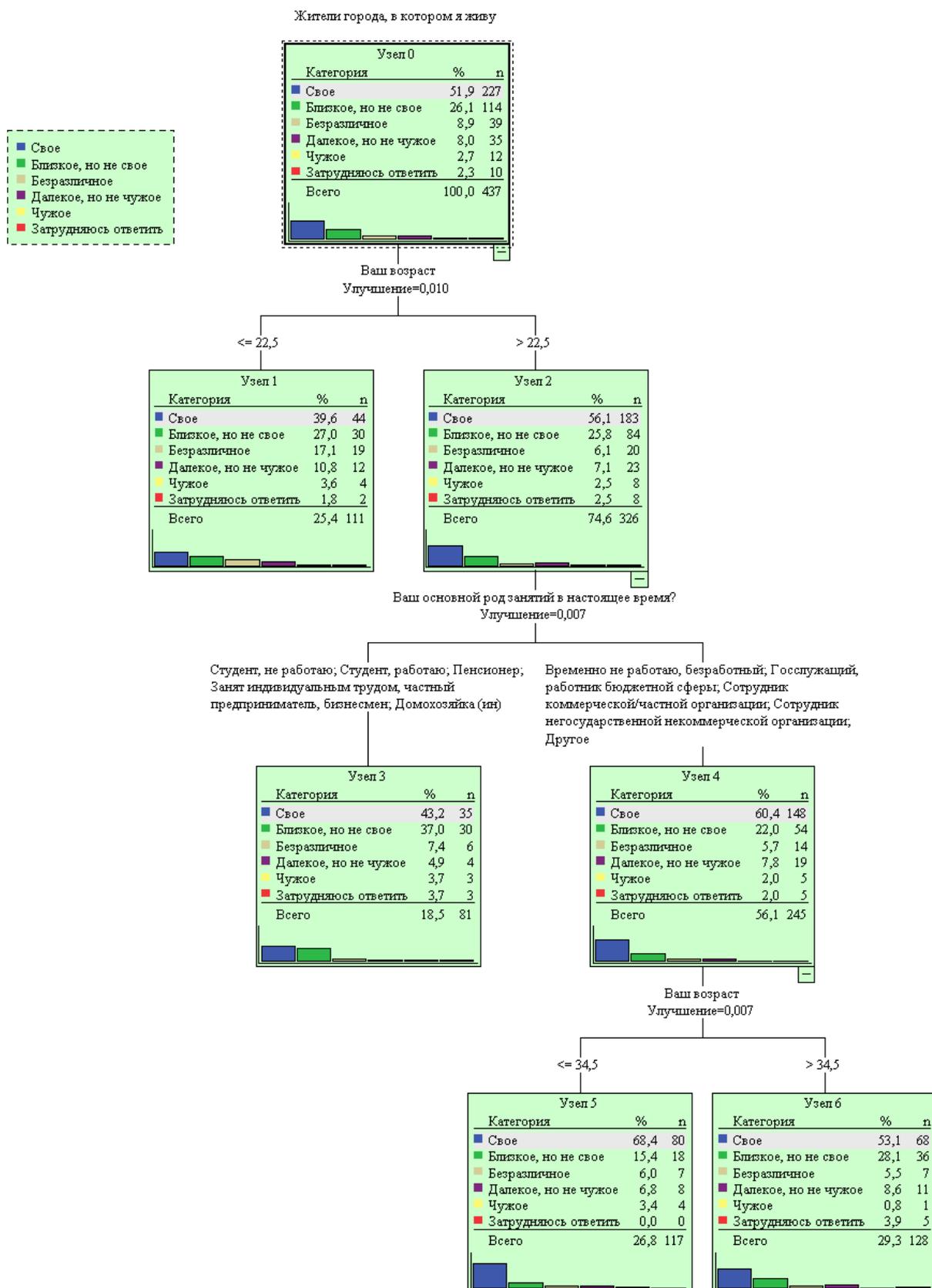
Пр.34. Отношение к соотечественникам, собирающимся переехать за границу



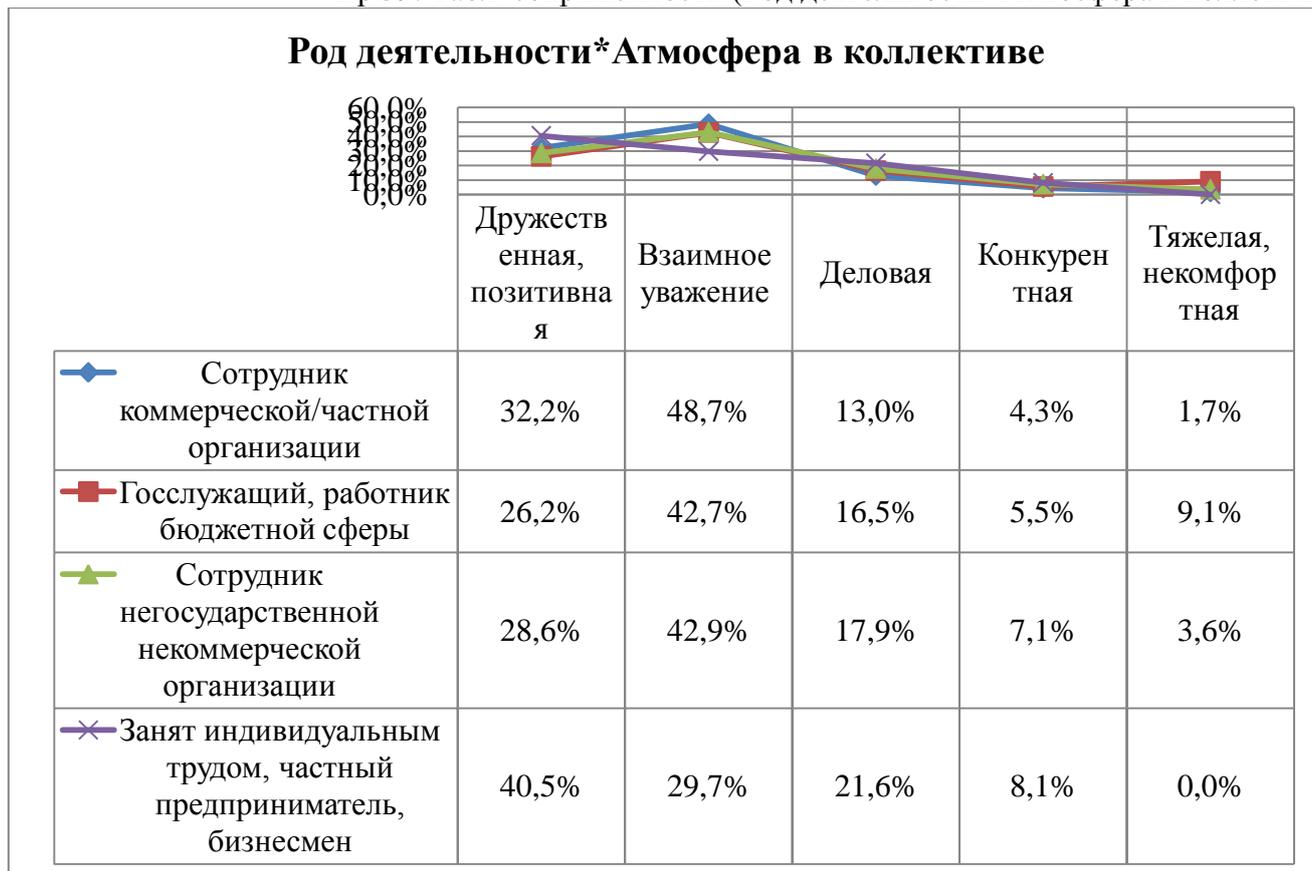
Социальная дистанция к жителям города*Род занятий



	Сотрудник коммерческой/частной организации	Госслужащий, работник бюджетной сферы	Сотрудник негосударственной некоммерческой организации	Занят индивидуальным трудом, частный предприниматель, бизнесмен	Домохозяйка (ин)	Пенсионер	Студент, не работаю	Студент, работаю	Временно не работаю, безработный	Другое
■ Свое	50,0%	55,0%	73,9%	42,9%	30,8%	50,0%	51,9%	38,9%	51,2%	100,0%
■ Близкое, но не свое	30,6%	21,7%	13,0%	31,4%	38,5%	35,7%	23,1%	33,3%	23,3%	0,0%
■ Безразличное	11,2%	5,0%	4,3%	11,4%	0,0%	7,1%	11,5%	5,6%	18,6%	0,0%
■ Далекое, но не чужое	5,1%	14,2%	0,0%	5,7%	15,4%	7,1%	7,7%	11,1%	2,3%	0,0%
■ Чужое	1,0%	2,5%	0,0%	2,9%	15,4%	0,0%	5,8%	5,6%	2,3%	0,0%
■ Загрудняюсь ответить	2,0%	1,7%	8,7%	5,7%	0,0%	0,0%	0,0%	5,6%	2,3%	0,0%



Пр.39. Табл. сопряженности (Род деятельности*Атмосфера в коллективе)



Пр.40. Табл. сопряженности (Род деятельности*Материальное положение)



Пр.41. Корреляции (Материальное положение*Атмосфера в коллективе)

Корреляции

		Каково материальное положение Вашей семьи?	Охарактеризуйте атмосферу в своем рабочем коллективе
Спирмена	Каково материальное положение Вашей семьи?	Коэффициент корреляции	1,000
		Знч. (2-сторон)	,723**
	Охарактеризуйте атмосферу в своем рабочем коллективе	N	.593
		Коэффициент корреляции	,001
	Знч. (2-сторон)	1,000	
	N	,582	

** . Корреляция значима на уровне 0.01 (2-сторонняя).

Пр.42. Корреляции (Близость*Желание оказать помощь)

Корреляции

		С представителями Вашей профессии (будущей профессии)	Дать денег на безвозмездной основе (Коллегам)
ро Спирмена	С представителями Вашей профессии (будущей профессии)	Коэффициент корреляции	1,000
		Знч. (2-сторон)	,158**
	Дать денег на безвозмездной основе (Коллегам)	N	.596
		Коэффициент корреляции	,000
	Знч. (2-сторон)	1,000	
	N	,577	

** . Корреляция значима на уровне 0.01 (2-сторонняя)