



DOI: 10.24412/1561-7785-2024-2-201-206
EDN: WDPSBL

XIII МЕЖДУНАРОДНАЯ ГРУШИНСКАЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ. РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТИ: ПРОБЛЕМЫ АДАПТАЦИИ, ПАРАДОКСЫ ДОВЕРИЯ И ПОИСКИ ИСТОЧНИКОВ РАЗВИТИЯ

Едва оправившись от глобальной неопределённости, порождённой пандемией, российское общество оказалось в новой реальности, сформированной событиями, начавшимися в феврале 2022 года. Возникает вопрос, какие способы адаптации будут использоваться россиянами на этот раз. Будет ли это привычное замыкание в своей «ракушке», сокращение горизонтов планирования, сужение радиуса доверия, усиление ориентации на пресловутый «авось» (феномен, возникший, по мнению В. Ключевского, как реакция «великороссов» на непредсказуемость природы и внешних угроз). Или же появятся какие-то новые социальные механизмы, позволяющие обществу не только приспосабливаться, но и развиваться? Именно этот вопрос обсуждался на секции «Российское общество в условиях неопределённости: проблемы адаптации, парадоксы доверия и поиски источников развития», состоявшейся в рамках XIII Международной Грушинской социологической конференции 25 мая 2023 года. Мероприятие было организовано ИСЭПН ФНИСЦ РАН совместно с Департаментом социологии Финансового университета при Правительстве РФ (Финуниверситет).

В докладе «Вызовы доверию в трансформирующемся мире: цивилизационный разлом или окно возможностей для развития?» А. Г. Тюриков, д.соц.н., проф., руководитель Департамента социологии Финуниверситета подчеркнул, что в эпоху неопределённости и рисков именно доверие позволяет прогнозировать поведение других, вырабатывать собственную реакцию. Исследования показывают, что повышение межличностного доверия с нынешних показателей до уровня Швеции, привело бы

к значительному росту экономического потенциала России. Были представлены промежуточные результаты двухлетнего исследования социальных механизмов формирования доверия, предусматривавшего две волны экспертных опросов с участием более 50 экспертов, а также контент-анализ международной базы научных публикаций, посвящённых изучению доверия. Последний показал, что интенсивнее всего этим занимаются страны мирового «центра» (по И. Валлерстайну), заметно меньше — страны «полупериферии» (Россия, Турция и другие) и практически не занимаются страны СНГ и Африки. Причём, если в странах «ядра» основное внимание уделяется доверию в контексте семьи, религии, деловых отношений, то в странах «полупериферии» — доверию к политическим институтам и силовым структурам. Экспертный опрос выявил пять основных причин дефицита доверия в основных сферах жизнедеятельности. В частности, в экономике среди лидеров: геополитическая напряжённость, неопределённость будущего, санкции. Заметным стало снижение доверия экспертов к финансовым институтам: 5 лет назад оно было очень высоким, прежде всего, за счёт платформенной цифровизации, теперь же наблюдается недоверие, по сути, к управлению деньгами. Во время первого замера ключевым фактором, снижающим доверие, была пандемия; сейчас его значение ослабло, но доверие к науке, здравоохранению, власти ещё не восстановилось. Постоянным важным фактором является коррупция, а в 2022 г. к этим факторам добавилась турбулентность, связанная со Специальной военной операцией (СВО). По мнению экспертов, способствовать снижению неопре-

делённости и формированию доверия в обществе могут, прежде всего, неофициальная система информирования населения, ценности семьи, взаимодействие с цифровыми платформами и профессиональными сообществами. Так, например, своей семье доверяют 70% граждан, но готовы доверять — при определённых условиях — 90%; соседям — 40%, готовы — до 70%; любому человеку доверяют 25%, готовы — более 40%.

О. А. Александрова, д.э.н., зам. директора по научной работе ИСЭПН ФНИСЦ РАН, представила доклад «Ценность или бремя: как доверие институтам социального государства влияет на их будущее». Становление молодых поколений россиян происходило на фоне двух фундаментальных трендов: складывания авантюристического капитализма (по М. Веберу) и трансформации социального государства в рамках неолиберальной парадигмы, согласно которой расходы бюджета на социальные цели должны быть минимизированы, а социальные блага переведены в разряд услуг и коммерциализированы. Следствием этого становится дискредитация и девальвация в глазах молодёжи таких важных институтов социального государства, как распределительная (солидарная) система пенсионного обеспечения и государственное здравоохранение. Эти тезисы докладчица проиллюстрировала на примере двух исследований, включавших массовые опросы столичной молодёжи. Первое исследование показало, что молодёжь хорошо представляет, что такое «достойная старость», но видит, что полной противоположностью этому является жизнь абсолютного большинства российских пенсионеров, и главная причина — в нехватке у них средств, что представляется молодёжи несправедливым. В своей старости 92% респондентов планируют жить на сбережения, но не уверены, что сумеют их накопить и сохранить. На государственную пенсию молодёжь практически не рассчитывает, поскольку видит опыт старших поколений, а также в силу вовлечённости в неформальную занятость, что связано, в том числе, с неверием в заботу государства. Недоверие к институту государственной пенсии

приводит молодёжь к выводу о желательности освобождения от участия в солидарной пенсионной системе. Второе исследование показывает, что коммерциализация здравоохранения ведёт к злоупотреблению доверием пациентов, выражающемуся, прежде всего, в навязывании платных услуг, с чем сталкивались более половины опрошенной молодёжи или их родные и знакомые. Причём общий индекс злоупотребления доверием выше в государственных учреждениях, нежели в частных. Такое поведение медработников молодёжь объясняет корыстными побуждениями, обусловленными низкими зарплатами, дороговизной жизни, наличием кредитов, а также страхом перед начальством, которое требует вынуждать пациентов обращаться за платными услугами. В итоге, портрет врачей, занятых в государственных учреждениях (разочаровавшиеся в профессии, уставшие, невнимательные), оказывается заметно хуже, чем работающих в частных клиниках. То же касается самих государственных учреждений, где невозможно в разумные сроки попасть на приём и где пациент сталкивается с неприветливым и недостаточно квалифицированным персоналом. Это выталкивает молодёжь в частные клиники, куда ей приходится часто обращаться, притом, что плата весьма ощутима. Дискредитация государственного пенсионного обеспечения и здравоохранения ведёт к девальвации этих институтов в глазах молодёжи. Возникает риск, что, не находя опоры в новых поколениях, эти институты будут и дальше деградировать или даже подвергнутся угрозе упразднения, что оставит общество без страховочных сетей и, кроме того, будет вести к дальнейшей дезинтеграции социума.

Д. М. Логинов, к.э.н., с.н.с. центра социального анализа и прогнозирования РАН-ХиГС в докладе «Адаптационные практики российского населения в условиях новых рисков и трансформаций начала 2020-х годов» представил результаты социологических исследований с 2020 г., когда у россиян начался новый адаптационный цикл. Изменения в жизненных условиях вынуждали менять привычные практики потребления.

Произошла в значительной степени вынужденная активизация онлайн-потребления. Исследования показали, что, хотя максимальную включённость в онлайн-технологии демонстрирует молодёжь, среди самой старшей возрастной когорты до половины используют эти технологии для приобретения товаров и услуг. Растёт использование этих технологий и во всех типах населённых пунктов — даже в малых городах и сёлах уровень включённости в онлайн-потребление составляет десятки процентов, а услуг — более половины. В то же время на протяжении 2022 г. население массово отмечало дефицит и временную недоступность каких-то товаров: треть не смогла оперативно приобрести лекарства, около четверти — другие непродовольственные товары. Адаптационными практиками в 2022 г. стали: покупка товаров впрок (20% запасали продукты питания; 15% — лекарства, более 10% — другие товары) и экономия: около двух третей сэкономили на товарах и бытовых услугах и около половины — на досуге. Менее обеспеченные экономили более активно, но и относительно состоятельные тоже массово экономили: порядка половины — на товарах и бытовых услугах и около трети — на проведении досуга и рекреационных практиках. В большей степени экономии осуществляли представители молодых и средних возрастных групп; семьи с несовершеннолетними детьми сэкономили больше, чем бездетные. При этом большинство россиян в целом удовлетворены тем, как проводят свободное время, однако полностью удовлетворены лишь около трети респондентов, причём это касается всех демографических групп. Более четверти (в наибольшей мере — молодёжь) отказались от ряда предпочтительных форм проведения досуга. Актуальна и адаптационная практика в виде помощи от окружения: регулярно значимую для себя помощь получают около 10% россиян, чаще — женщины всех возрастов. Помощь приходит от родственников или друзей, но не от государства или общественных организаций — от них помощи респонденты не ждут. Что касается доверия, то в границах «ближнего

круга» есть заметная положительная динамика (но у большинства ничего не изменилось), отрицательная — лишь у 6% россиян; а вот за пределами «ближнего круга» ситуация — обратная: отрицательная динамика — у 20% опрошенных, и улучшений почти ни у кого не отмечается.

Ю. В. Бурдастова, к.э.н., выпускающий редактор агентства экономической информации «Прайм», с.н.с. ИСЭПН ФНИСЦ РАН выступила с докладом «Финансовое поведение населения в условиях кризиса», основанным на анализе статистики за последние три десятилетия. С начала 1990-х гг. россияне пережили много кризисов, и сегодня в «Стратегии экономической безопасности России до 2030 года» основными вызовами называются истощение ресурсной базы топливно-сырьевых отраслей, усиление дифференциации по доходам, слабая инновационная активность. Действительно, в любой период в структуре расходов населения преобладает потребление, а в кризисные периоды оно растёт (формирование запасов, вложение средств в товары длительного пользования, недвижимость): если в обычное время — это 60–70%, то в кризис — 80%. Идёт и постепенный рост расходов на обязательные платежи. Типичным для кризисов является и рост объёма наличности, а до 2022 г. — её вложений в иностранную валюту. То есть, несмотря на разную природу кризисов, стратегии финансового поведения в эти периоды похожи. Кроме того, в силу частоты кризисы становятся для населения обыденностью, отсюда — отсутствие как фатальных, так и оптимистических настроений, и, например, с 2009 г. вариант ответа «не хорошее и не плохое» на вопрос о том, какое сейчас время для того, чтобы делать сбережения, стал доминирующим. Хотя материальное положение основной части населения остаётся сложным, граждане начинают ощущать кризис только тогда, когда возникает угроза их заработку или возможности потреблять привычным образом. Есть привыкание к мысли, что кризисы происходят часто, и представления, что кризис быстро заканчивается. В этом есть

и плюсы, и минусы — это нужно учитывать государству.

Т.А.Гужавина, к.филос.н., доцент, зав. лабораторией экономико-социологических исследований Вологодского научного центра РАН выступила с докладом «Доверие и недоверие как основание для выбора поведенческой стратегии в условиях неопределённости». Доверие тесно связано с социальным капиталом. Проведённое исследование показало, что инициаторы тех или иных практик демонстрируют более высокий уровень доверия и уверенности в возможности решения своих и чужих проблем. Причина — в возможности обратиться за помощью к более широкому кругу людей, а доверие выступает условием включённости в различные социальные сети и контакты — с соседями, другими людьми по поводу решения каких-то повседневных проблем. В пандемию COVID-19 в 2020 г. опрос показал расширение круга доверия за счёт соседей, коллег, врачей, и в 2021 г. доверие не снизилось, то есть произошло закрепление. Социальные контакты играют очень большую роль в жизни человека: чем больше социальный капитал, тем скорее будет получена помощь и поддержка. На примере экологического поведения видно, что те, кто в большей степени демонстрирует доверие, скорее готовы поучаствовать в тех или иных природоохранных акциях. В то же время, проблема состоит в том, что 80% населения нигде не участвуют и не готовы это делать.

Д.И.Марков, м.н.с. Института гуманитарных технологий и социального инжиниринга Факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финуниверситета обозначил тему выступления как «Про волка речь — а он навстречь: что думают молодые люди о своём будущем и будущем россиян». События, начавшиеся в 2022 г., оказали существенное влияние на массовое сознание, в том числе и молодёжи. В рамках исследования экономической культуры молодёжи первый замер был проведён в 2022 г. до начала Специальной военной операции (СВО), второй — через год. Семантический дифференциал, использовавшийся для вы-

явления представлений молодёжи о будущем, показал, что за год ничего не изменилось: жизнь в России через 10–15 лет и в долгосрочной перспективе представляется ей далеко не самой богатой, хорошей, спокойной и безопасной. Когда же речь идёт о более конкретных вещах, например, развитии через 10–15 лет отраслей экономики, то ответы с интервалом в год значительно отличаются: при сохранении традиционно высоких позиций у добычи полезных ископаемых, заметно поднялись сельское хозяйство, наукоёмкое промышленное производство, IT-технологии. Но парадокс: рост ожиданий подъёма указанных отраслей сочетается с отсутствием ожиданий успехов в развитии образования и фундаментальной науки. Другое изменение: если в начале 2022 г. половина респондентов считала, что экономика должна быть самодостаточной, а другая половина — что надо вписываться в мировое разделение труда, то в 2023 г. уже абсолютное большинство считает, что российская экономика должна быть самодостаточной, но при этом делать ставку надо не только на диверсификацию экономики, но и на ТЭК. Такая динамика представлений может обуславливаться как воздействием информационной повестки, так и определённым энтузиазмом в связи с менее, чем ожидалось, негативным эффектом от санкций. Уровень доверия к данным Росстата и официальным СМИ за год незначительно увеличился (существенно выше уровень доверия к информации Росстата у молодёжи с высокими потребительскими возможностями), но остаётся низким, и с возрастом молодёжь демонстрирует большой скепсис к этим источникам информации. Абсолютное большинство респондентов полагает, что самые тяжёлые времена либо сейчас, либо ещё впереди. Факторный анализ показал, что молодёжь не исключаются, и даже в той или иной степени ожидают три группы рисков. Первая группа — риски, касающиеся роста цен на продовольствие и снижения курса рубля; вторая — роста безработицы, преступности, снижения размера зарплат и социальных пособий; третья — риски запрета хождения

иностранный валюты, отключение зарубежного сегмента интернета, закрытие границ. За год молодёжь несколько приободрилась: по всем позициям произошло некоторое снижение уровня негативных ожиданий. Корреляции обнаружены с полом (девушки беспокоятся больше юношей), уровнем доверия официальным СМИ (те, кто доверяет, меньше беспокоятся, исключение — ожидания в отношении третьей группы рисков), потребительскими возможностями (более обеспеченные более спокойны). Горизонт планирования относительно большой (нередко на годы вперёд), но и здесь обеспеченные чувствуют себя увереннее. Миграционные настроения: до начала СВО большинство хотело эмигрировать, спустя год — не хочет покидать страну. В целом, по всей совокупности данных, можно говорить о тактической, но не стратегической адаптации ожиданий.

С. В. Крошили, к.т.н., доцент, с.н.с. ИСЭПН ФНИСЦ РАН совместно с Е. И. Медведевой, д.э.н., доцентом, в.н.с. ИСЭПН ФНИСЦ РАН представили доклад «Тренды потребительского доверия в современных реалиях». Несмотря на предыдущие многочисленные кризисы, потребление в России росло с темпом в 10–15%. Но важна структура потребления: с 2005 по 2021 г., согласно данным Росстата, положительный тренд наблюдался во всём, за исключением пандемийных 2020 и 2021 гг., когда снизилось потребление, прежде всего, непродовольственных товаров. В домохозяйствах с двумя и тремя детьми до 40% расходов идут на питание, если же к ним прибавить расходы на услуги ЖКХ, то в среднем получится 70–80% расходов. При этом считается, если такие расходы составляют свыше 80% — это уже нищета. К изменению потребительских трендов привела пандемия COVID-19, вызвавшая рост расходов на интернет, а также смена поколений: если на начало 2020 г. численность «поколения Z» составляла 40%, то сейчас — около 60%. Более половины покупок делается в интернете: одна пятая всех покупок приходится на Москву, одна десятая — на Московскую область, 7% — на Санкт-Петербург. В основном покупают

электронику и бытовую технику (22%), мебель (18%), одежду (14%). Заметен рост покупающих в интернете среди тех, кто старше 65 лет (прирост почти на 50%), то есть многие из тех, кто вынужденно ушёл в сегмент онлайн-покупок, оттуда уже не вернулись. На уход после начала СВО ряда брендов (в сфере транспорта — 25%, развлечений — 19%, одежды — 18%) потребители реагировали по-разному: некоторые спокойно («не купим это, купим другое»), но для большинства именно бренд является стимулом к покупке, отсюда рост покупок, прежде всего, бытовой техники и электроники, затем одежды и обуви, и далее автомобилей. Кроме того, наблюдался рост покупки лекарств. Меньше всего люди переживали по поводу продуктов питания, полагая, что их проще заместить. При посещении ТРЦ люди стали внимательнее относиться к покупкам, теперь цель «просто погулять» преобладает над целью купить что-то конкретное. Если раньше бренд был важен для 24% респондентов, то сейчас — для 7%, но при условии качества товара. Доминирующим способом оплаты покупок стала карта. Экспертный опрос с интервалом в год зафиксировал: потребление становится более рациональным, развивается осознанное и умное потребление, сохраняется, особенности для молодёжи, приоритет впечатлений, уменьшается «поклонение» бренду. Государство сделало много, чтобы население не ощутило кризиса, а население подстроилось и изменило свою парадигму потребления.

А. А. Мехова, к.филос.н., доцент, зав. кафедрой социологии и социальных технологий Череповецкого государственного университета, посвятила своё выступление теме социального партнёрства, подчеркнув, что оно предполагает ещё и сочувственное отношение. Доверие же связано с уверенностью в искренности и надёжности партнёра — «подхватит ли он того, кто поверит, что можно падать спиной на его руки». Сегодня все нуждаются в поддержке: государство — в поддержке населения и бизнеса, бизнес — в поддержке государства, но, в первую очередь, в поддержке нужда-

ются люди. С 2014 г. по инициативе «Северстали» реализуется большой социологический проект в пяти городах присутствия компании, в том числе, в Вологодской, Белгородской и Мурманской областях. Опросы и фокус-группы показали, что везде много тревоги добавила частичная мобилизация, поскольку она воспринимается как личная проблема. Серьёзный разлом после её начала произошёл там, где кого-то призвали, а остальные живут по-прежнему — эта психологическая неустроенность требует поддержки и разъяснения. На этом фоне в социальном партнёрстве и в формировании доверия очень востребованы гуманистические практики и те, кто их реализует (например, череповецкие НКО «Дорога к дому», «Мамы Череповца рекомендуют», «Союз женщин»). Люди с большей охотой готовы и довериться (рассказать о своих тревогах и бедах), и перечислять средства им, нежели официальным структурам. В части последнего: готовых оказать поддержку примерно половина из опрошенных, но акцент ими делается на горизонтальной поддержке — непосредственно людям, а не институту. Что касается бизнеса, то хотя компания «Северсталь» — самая пострадавшая от санкций, тем не менее, люди верят, что она продолжит социальные проекты. Своего рода нейролингвистическое программирование: несмотря на санкции, компания продолжает благоустройство городской среды, и людям становится спокойнее: значит, будет будущее, молодёжь не уедет из города — и доверие к крупному бизнесу растёт. То же касается местной власти: если основная неопределённость, риски, страхи идут от федеральной повестки, то местная власть становится «утешителем», лично участвуя в ритуальных мероприятиях, беря на себя их оплату и организацию. То есть, условием развития социального партнёрства и доверия является обязательное включение в формальные практики человеческого гуманистического начала.

Последней на секции выступила Д. А. Кунижева, зав. научно-социологической лабораторией Финуниверситета с докладом «Финансовая субъектность как источник

преодоления неопределённости на финансовом рынке». С учётом неопределённости возрастает интерес к прогнозированию поведения, поиску ответов на вопросы, что определяет финансовое поведение, какой тип человека способствует развитию финансового рынка, преодолению возникшей на нем напряжённости. Помочь найти ответы может концепция финансовой субъектности. В ходе исследования были проанализированы подходы к этому понятию, разработана и апробирована методика её измерения. Полученные результаты говорят о том, что при исследовании финансового поведения нужно обращать внимание не только на количественные показатели, но и на смыслы, которыми руководствуются люди.

Материал подготовили:

Александрова О. А.,

д.э.н., зам. директора по научной работе,
Институт социально-экономических
проблем народонаселения
имени Н. М. Римашевской ФНИСЦ РАН,
проф. Финансового университета
при Правительстве РФ;

Ярашева А. В.,

д.э.н., проф., зав. лабораторией,
Институт социально-экономических
проблем народонаселения
имени Н. М. Римашевской ФНИСЦ РАН.