

■ Социология групп

А. Л. Темницкий

Социокультурный мир повседневной жизни молодых рабочих России

Статья подготовлена в рамках проекта РФФИ «Задачи и методы социоментального развития современной молодёжи: теория, исследования, эксперименты», проект № 15-06-02540

DOI: 10.19181/snsp.2017.5.4.5521

Темницкий Александр Лазаревич – кандидат социологических наук, доцент, МГИМО (Университет) МИД России. Россия, Москва, 119454, проспект Вернадского, 76; старший научный сотрудник, Институт социологии ФНИСЦ РАН.

Россия, Москва, 117218, ул. Кржижановского, 24/35, корп. 5

E-mail: taleksandr@list.ru

Тел.: +7 (926) 967 29 21

Аннотация. В статье на основе социологического исследования, проведённого в Брянске в 2016 г. среди рабочих ряда промышленных предприятий, раскрываются особенности восприятия жизненного мира сквозь призму значимых ценностей, художественных произведений, авторитетных личностей, коммуникаций с масс-медиа. Для сбора данных использовалась многоуровневая анкета с открытыми вопросами, что позволило раскрыть как когнитивную сферу повседневной жизни молодых рабочих (выявлялся комплекс знаний и сведений, содержащихся в активной памяти респондента), так и образно-эмоциональные ощущения «мира вокруг себя». Особое внимание уделяется анализу способностей рабочих к интерпретации смысла художественного произведения (на примере притчи). Для выявления качеств, ценимых рабочими в производственной среде, используются данные исследований, проведённых в Брянске в 2007 и 2014 гг. В целях определения места, которое занимает Интернет в повседневной жизни молодых рабочих, используются данные RLMS–HSE 2015 г.¹.

В заключение дана оценка социокультурного потенциала молодых рабочих провинциального города. Показано, что в социокультурном портрете молодых рабочих традиционно-консервативные характеристики повседневной жизни явно преобладают над либеральными (ролью самореализации и творчества в жизненных ценностях, выходом за пределы повседневного мира труда и быта в отношении к окружающим проблемам, поисковой активностью по отношению к художественным произведениям, пылкостью ума при интерпретации текстов). Исключение составили только коммуникации с масс-медиа, прежде всего при использовании Интернета, где молодые рабочие мало чем отличаются от своих ровесников среди специалистов с высшим образованием.

Ключевые слова: повседневная жизнь, социокультурный мир, семиосоциопсихологический подход, социокультурный портрет, ценности жизни, коммуникативные навыки, молодые рабочие.

¹ «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ–ВШЭ» (RLMS–HSE), проводимый Национальным исследовательским университетом – Высшей школой экономики и ЗАО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел-Хилле и Института социологии ФНИСЦ РАН.

Постановка проблемы

Выделение молодых рабочих как самостоятельного объекта исследований чаще всего связывается с проблемой преодоления отчуждения молодёжи от рабочих профессий [Митягина, 2012], определением ценности и роли образования в профессиональном становлении [Константиновский и др., 2013], выявлением факторов привлекательности занятости на промышленных предприятиях [Темницкий, 2009].

Предполагается, что большему пониманию ситуации с занятостью молодых рабочих на промышленных предприятиях, её ценности и перспективности может способствовать подход, взаимоувязывающий трудовую, досуговую и бытовую сферы жизнедеятельности. За таким подходом открываются области повседневности или жизненного мира человека как многоплановые объекты исследования. Несомненно, охватить жизненный мир человека во всём его многообразии не под силу социологу, разрабатывающему инструментальные и ограниченные схемы исследования. В любом случае социолог вынужден расставлять акценты. К изучению жизненного мира можно подходить с позиций поиска сбалансированности трудового, восстановительного и развивающего аспектов повседневной деятельности и развития индивидов [Караханова и др., 2015], а можно с позиций выявления основных смыслов жизни, возможностей людей, их восприятия и реакции на происходящие в обществе перемены [Тощенко, 2016]. Важно, что при всём множестве допускаемых исследовательских подходов и определений жизненного мира человека мы рассматриваем его не только как теоретическое понятие, но и как актуальный эмпирический объект исследования. При этом мы не придерживаемся феноменологической концепции повседневности как самоочевидной, непреодолимой фактичности жизни. Человек как рефлексирующее существо всегда обладает потенциалом критичности по отношению к проживаемой реальности. Исходя из этого, мы определяем социокультурный мир повседневной жизни как мир смыслов, ценностей и практик, создаваемых в результате взаимодействия культурных интенций, взглядов, позиций и убеждений личности с социальными регуляторами [см.: Темницкий, 2011].

Второй теоретико-методологической предпосылкой исследования является семиосоциопсихологическая концепция. Являясь авторской разработкой российского учёного Т. М. Дридзе, эта концепция может быть использована как инструмент для поиска смысловых образований в текстовой деятельности. Согласно семиосоциопсихологической концепции, текст рассматривается не как языковая единица, а как единица общения. В таком случае текстовая деятельность — это вид личностной активности, включающей вербальные и невербальные интеллектуально-мыслительные операции, совершаемые для организации смыслов в ходе общения [Дридзе, 1984: 57]. Применение мотивационно-целевой структуры анализа текстовой деятельности, разработанной Т. Адамьянц, позво-

лит выявить уровень развития коммуникативных навыков молодых рабочих как отражение степени их понимания интенциональности (смысловых доминант) воспринятых произведений и отнести их к той или иной социоментальной группе [Адамьянц, 2015: 119].

Входят ли в состав декларируемых молодыми рабочими ценностей жизни приоритеты творческой самореализации, свободы самовыражения, или они выстраиваются вокруг признаков материального и семейного благополучия? Какие художественные произведения оказали существенное влияние на мировидение рабочих? Как характеризует социокультурный мир рабочих их способность адекватно воспринимать и интерпретировать авторские интенции на примере обращения к прочтению и интерпретации известной притчи? Выходит ли круг очерчиваемых молодыми рабочими проблем современной России за пределы экономических задач, связанных с занятостью и заработной платой? Мнение каких известных людей является авторитетным для рабочих при необходимости принять важное решение или составить определённое мнение? Отличаются ли качества, ценимые в товарищах по работе молодыми рабочими, от качеств, которые ценят их старшие коллеги? Насколько включены молодые рабочие в коммуникации с масс-медиа, отличаются ли они по уровню и качеству включённости от старших по возрасту коллег и от молодых специалистов с высшим образованием?

Эти и другие вопросы будут рассмотрены на материалах социологических исследований рабочих промышленных предприятий, проведённых в Брянске в 2007, 2014 и 2016 гг. В качестве основного берётся исследование 2016 г., в котором опрос рабочих проводился с использованием многоуровневой анкеты с открытыми вопросами. Для выявления динамики в оценках деловых качеств коллег использовались данные количественного исследования 2007 и 2014 гг.¹ Кроме этого, для анализа коммуникаций рабочих со СМИ использовался массив данных RLMS—HSE 2015 г.

Рассмотрение данных вопросов позволит, на наш взгляд, создать социокультурный портрет современного молодого российского рабочего провинциального города.

Предполагается, что в социокультурном портрете молодых рабочих традиционно-консервативные характеристики будут преобладать над либеральными (ролью самореализации и творчества в жизненных ценностях, выходом за пределы внутреннего мира повседневности труда и быта в отношении к окружающим проблемам, поисковой активностью в отношении к художественным произведениям, пытли-

¹ Данные повторных опросов рабочих машиностроительного предприятия в Брянске были любезно предоставлены Г. П. Бессокирной.

востью ума в интерпретации содержания текстов). Исключение могут составить только коммуникации со СМИ, прежде всего при использовании Интернета, где молодые рабочие будут мало чем отличаться от своих ровесников среди специалистов с высшим образованием, студенческой молодёжи.

С учётом поставленных исследовательских вопросов и выдвинутой гипотезы предметное поле анализа социокультурного мира молодого рабочего образуют:

1. Ценностный аспект (ценности жизни; оценки окружающего мира; указание и обоснование важности художественного произведения, повлиявшего на мировидение; проблемы современного российского общества, которые больше волнуют; авторитетные для принятия решения люди);
2. Трудовой аспект (проблемы предприятия, волнующие респондента; ценные в работе качества коллег);
3. Смысловой аспект (адекватность интерпретирования предложенного в процессе эксперимента произведения и факторы, определяющие качество понимания замысла автора);
4. Коммуникативный аспект взаимодействия с масс-медиа (предпочитаемые телеканалы, газеты и журналы, радиопрограммы, интернет-сайты).

Характеристика выборки по исследованию 2016 г.

В исследовании приняли участие 100 молодых рабочих в возрасте от 18 до 35 лет ряда промышленных предприятий Брянска (машиностроительного и силикатного заводов, а также завода электродеталей в г. Карачеве Брянской области)¹. Среди опрошенных рабочих три четверти составили мужчины. После окончания школы неполное образование получили 47%, полное – 53%. Абсолютное большинство (примерно 80%) вне зависимости от полноты полученного в школе образования продолжили учёбу. На момент опроса учился примерно каждый десятый рабочий. Модальной профессией опрошенных рабочих является слесарь (25%).

Ценности жизни

Руководствуясь определением ценностей как убеждений человека в значимости (или важности) для него некоторых объектов или явлений, рабочим был задан открытый вопрос: «Что Вам нравится, что для Вас самое ценное, чего бы Вы хотели в жизни?». Все ответы были сведены в три смысловые группы. Ценностные приоритеты абсолютного большинства рабочих (70%) выстраиваются вокруг консервативных ценностей – семейной жизни и материального благополучия. Они

¹ Опрос проводили Е. В. Карпенко, А. Л. Темницкий, П. С. Юрьев.

образуются из таких примерных ответов, как: «Главное — это близкие, семья, здоровье. Свой дом, машина», «Самое ценное в жизни — это мои родные и близкие. Хочется, чтобы люди, которых я люблю, были здоровы», «Хотелось бы денег больше, 3-х-комнатную квартиру, чаще ездить отдыхать». Принадлежность к более молодому возрасту несущественно меняет жизненные приоритеты. Незначительное снижение ценностей семейной жизни происходит лишь потому, что большая часть 18–25-летних молодых рабочих ещё не состоят в браке.

Ценности, объединённые в категорию «свобода, самореализация, творчество», характерные примерно для пятой части опрошенных молодых рабочих Брянска, складывались из высказываний, в которых доминируют признаки личного роста и развития. Они чаще всего сопровождаются ответами, обращёнными к сфере образования («Хочу получить высшее образование и сделать карьеру»), либо к сфере досуговых увлечений («Мне нравится делать вещи своими руками, учиться новому»), реже к ориентации на предпринимательство («Нравится свобода, работа на себя, не быть никому обязанным», «Мечтаю открыть своё дело, поэтому часто подрабатываю»). Очень редко в своих ответах молодые рабочие касались ценностных приоритетов, обращённых к отношениям между людьми («взаимопонимание», «открытость в отношениях и к людям со стороны власти», «справедливость и достойное обращение с людьми»), и совсем уж редко — ко всему миру («мир во всём мире») (см. таблицу 1).

Таблица 1

**Жизненные ценности молодых рабочих брянских предприятий
в зависимости от возраста, 2016 г., %**

Ценности	Группы по возрасту, лет	
	18–25	26–35
Счастливая семейная жизнь, любовь, материальное благополучие	67	74
Свобода, самореализация, творчество	22	17
Отношения между людьми	9	3
Отношения в мире	2	6
Количество ответивших	45	65

Довольно многие (примерно каждый пятый) в ответах о ценностных приоритетах используют слово «мечта». Молодые рабочие мечтают «о хорошей жизни», «нормальной работе», создании семьи, о своём отдельном жилье, «построить дом», «о большом доме и трёх автомобилях», путешествиях по миру и даже о таких конкретных вещах, как пройти курсы по управлению бизнесом, стать специалистом, открыть свой магазин, переехать в Питер и т. п.

Если ценности указывают на важные для человека приоритеты в жизни, желание их реализовать, то обратными по отношению к ним являются образования, выражающие стойкое нежелание сталкиваться, иметь дело с теми

или иными ситуациями, воздействиями. Такие образования могут получить название «антиценности». Основаниями для их выявления стали ответы молодых рабочих на вопрос: «Что Вам не нравится, чего бы Вы не хотели?». Они ещё чётче показывают, что у молодых рабочих вызывает равнодушие, от чего они хотели бы уберечься. Менее всего равнодушны рабочие к складывающимся отношениям с другими людьми (коллегами по работе, начальством, родственниками). Безразличие, разобщённость окружающих, их агрессивность, жестокость и ложь — те поведенческие черты, которые чаще всего вызывают неприятие у молодых рабочих. Причём здесь не проводится связь с рабочей или бытовой ситуацией.

Вторую группу образуют ответы, формирующиеся вокруг своего Я, личной ситуации на работе, в жизни в целом. Рутинная, трудная работа, длительный рабочий день, раннее начало работы; работа, не оставляющая времени для семьи, маленькая зарплата, а также возможные сокращения, страх потерять работу и остаться без денег — вот перечень традиционных для рабочего класса проблем, воспроизводимых современным поколением молодых рабочих в свободных ответах на вопрос: «Что Вам не нравится, чего бы Вы не хотели?».

Проблемы общества и труда, которые волнуют молодых рабочих

Выход за сферу повседневности труда и быта предполагался при анализе содержания ответов рабочих о проблемах современной России. Молодым рабочим предлагалось назвать 5 основных проблем, располагая их по степени важности. В среднем рабочие смогли назвать 2,5 проблемы. На первые места рабочими были вынесены проблемы, связанные с экономикой страны, работой правительства и коррупцией во всех её проявлениях. Молодых рабочих больше всего волнует «безразличие власти к гражданам своей страны», «заккрытие предприятий», «рост цен», «отсутствие уверенности в завтрашнем дне». Существенную группу ответов образовали поднимаемые рабочими вопросы коррупции. «Беспредельная коррупция в государственных структурах», «Беспредел в правоохранительных органах», а также просто указания на коррупцию как таковую образовали группу ответов 14 респондентов из 100. Примерно каждый пятый из числа опрошенных молодых рабочих при формулировке волнующих проблем обращался к складывающейся ситуации в мире, обобщая их словами «внешняя нестабильность», «войны», «терроризм». При обозначении проблем страны, волнующих рабочих, устойчиво воспроизводится (чуть менее одной пятой из числа опрошенных) тема занятости и безработицы (см. таблицу 2). Этому способствует продолжающееся в Брянске закрытие заводов и предприятий.

Таблица 2

Проблемы общества, которые волнуют молодых рабочих, 2016 г., % от числа ответивших

Группы проблем	Группы по возрасту, лет	
	18–25	26–35
Связанные с работой, занятостью, безработицей	16	19
Связанные с экономикой страны, работой правительства, коррупцией	60	58
Мировые (война, терроризм, напряжённые международные отношения)	20	17
Нет проблем	4	6
Количество ответивших	45	65

Понимание ценностного мира повседневной жизни современных рабочих может быть дополнено обращением к роли авторитетов, мнение которых является важным при принятии решений и формировании позиции по какому-либо вопросу. Рабочим задавался вопрос: «Если Вам нужно сделать выбор, принять решение или просто составить определённое мнение по какой-то важной социальной проблеме или ситуации, то чьё мнение будет для Вас значимым?». Можно было назвать несколько любых фамилий. Несомненным лидером является В. В. Путин (37%). Также наполненной группой (14% ответов) стали указания на В. В. Жириновского. К другим наполненным ответам можно отнести отмечаемые рабочими фамилии журналиста и телеведущего В. Р. Соловьёва (7%) и министра иностранных дел С. В. Лаврова (7%). Каждый десятый из числа опрошенных написал, что нет таких, либо «не признаю никаких авторитетов», а каждый третий отметил, что он сам себе авторитет.

Более конкретно проблемы, волнующие рабочих, были названы применительно к предприятиям, на которых трудятся респонденты. Здесь на первое место вышли вопросы, связанные с организацией труда, обеспечением безопасности работы (45%). Рабочие жалуются на нарушение технологического процесса и связанное с этим большое количество брака, неудобный график работы (длительный рабочий день), загрязнённость рабочего места. Вторую группу проблем образовали ответы, в которых поднимаются вопросы заработка («маленькая зарплата», «задержки зарплаты», «низкие расценки»), – 33%. Дополняют высказывания рабочих о проблемах своих предприятий ответы об отношениях на производстве (20%).

Таким образом, молодых рабочих занимают традиционные проблемы организации труда, заработной платы и отношений с руководством, которые образуют круг их повседневности.

Самостоятельное выделение рабочими в качестве значимых факторов повседневной трудовой жизни норм трудовых взаимоотношений с руководителями и товарищами по работе предполагает необходимость более специального рас-

смотрения качеств, ценимых рабочими в производственной среде. Для этого воспользуемся данными ранее проведённых исследований труда рабочих брянских машиностроительных предприятий.

Для сравнительного анализа были выделены две возрастные группы рабочих (до 35 и старше 35 лет), ответы которых о ценимых качествах товарищей по работе в динамике 2007 и 2014 гг. позволяют зафиксировать их определённую иерархию (см. таблицу 3).

Таблица 3

Ранги значимости качеств товарищей по работе, которые ценят рабочие Брянска в зависимости от возраста, 2007 и 2014 гг.*

Ценимые качества	2007		2014	
	До 35 лет	Старше 35 лет	До 35 лет	Старше 35 лет
Честность	1	1	2	3
Добросовестность	2	3	1	4
Ответственность	3	5	3	1
Готовность помочь товарищам	4	7	4	8
Профессионализм	5	8	5	2
Справедливость	6	2	6	7
Доброта, отзывчивость	7	4	7	5
Самостоятельность	8	9	9	10
Трудолюбие	9	6	8	9
Стремление заработать как можно больше денег	10	10	10	11
Стремление работать как можно лучше	11	11	11	6
Инициативность	12	12	13	13
Желание повышать квалификацию	13	13	12	12
Количество опрошенных	56	86	56	30

*1 – максимальное значение, 13 – минимальное.

Характерно, что как для молодых, так и для рабочих более старшего возраста и в 2007 г., и в 2014 г. традиционные моральные качества товарищей по работе имеют большее значение, чем качества, востребуемые рыночной ситуацией. Последние (инициативность, стремление заработать как можно больше, самостоятельность и желание повышать квалификацию) находятся на периферии значимости. Так, более трёх четвертей рабочих в 2007 г. вне зависимости от возраста считали честность очень важным качеством своих товарищей по работе. В 2014 г. данные не изменились (82% молодых и 79% рабочих старшего возраста посчитали честность очень важным качеством). Следует отметить, что среди рабочих старше 35 лет профессионализм товарищей оказался более важным качеством (82%).

Роль художественных произведений в формировании мировидения

Оказывают ли влияние на сформировавшиеся ценностные приоритеты рабочих художественные произведения, которые им хорошо запомнились, в которых молодые рабочие могут выделить главную мысль, идею автора?

Для того чтобы понять это, рабочим было предложено назвать одно произведение, которое, по их мнению, повлияло на их мировидение, оставило в памяти неизгладимый след. При этом можно было указать не только печатное произведение, но и художественный фильм, компьютерную игру, театральную постановку и даже песню. Каждый десятый из числа опрошенных вообще ничего не указал либо отметил, что таких произведений в его жизни не было. Большая часть рабочих (58%) назвали книгу. Более молодые рабочие (до 25 лет) делали это чаще, чем их коллеги старшего возраста (64 и 52% соответственно). Каждый четвертый указывал книгу из школьной программы по литературе. Чаще других встречались указания на произведения: «Евгений Онегин», «Преступление и наказание», «Мастер и Маргарита», «Война и мир». Те рабочие, кто отметил в качестве главного произведения своей жизни непечатное издание, чаще всего (30%) называли художественный фильм. Чаще других назывались советские произведения, такие как «А зори здесь тихие», «Человек-амфибия», «Они сражались за Родину», «Офицеры», а также мультфильм «Ну, погоди!». Три респондента в качестве главного для них произведения указали на песню (песни В. Высоцкого либо просто — «душевные песни»), столько же — на компьютерные игры. Ни один рабочий не отметил какой-либо театральной постановки.

Ещё сложнее обстояло дело с предложением назвать главную мысль, идею автора данного произведения. Каждый пятый из числа указавших на значимое для него произведение ничего не смог написать об авторском замысле. Те же, кто это делал, в большинстве случаев пытались скорее высказать по-своему понимаемую мораль произведения, т. е. давали, согласно принятым критериям анализа текстовой деятельности, разработанным в рамках семиосоциопсихологической концепции Т. Дридзе и Т. Адамьянц, неадекватную интерпретацию. Так, пытаясь выделить главное, что хотел сказать автор в поэме «Евгений Онегин», указывали: «любви все возрасты покорны», или: «всему своё время», или: «нужно любить жизнь и стремиться вперёд, невзирая ни на что».

Скудость ответов рабочих, выхватывание из памяти запомнившегося из школьной программы либо просмотренных фильмов, примитивное сведение замысла автора скорее к надуманному морализаторству, чем к поиску реальной смысловой доминанты, не способствовали фор-

мированию устойчивых значений создаваемых на основе таких ответов аналитических переменных. В итоге не удалось установить какой-либо существенной связи между ответами рабочих о главных литературных произведениях либо фильмах и ценностными приоритетами, проблемами в жизни общества и на предприятии.

Ответы рабочих о книгах, которые они сейчас читают либо прочли в последнее время, не позволили конкретизировать их мир чтения. Каждый третий из числа опрошенных уклонился от ответа, каждый десятый прямо указал, что не читает, что на это нет времени, либо не любит читать. Среди ответивших популярными являются указания на детские книги и сказки, книги из школьной программы, приключенческие книги, которые они сейчас читают со своими детьми (об этом респонденты указывают в примечаниях) либо контролируют такое чтение (примерно 25%). Всего рабочим было предложено указать до 5 книг, но только 2 респондента смогли это сделать, ещё 3 назвали 4 книги. Но модальным, медианным и средним значением является 1 книга. Как правило, это легкая литература из детективного и приключенческого жанра, книги таких авторов, как А. Дюма, Ж. Верн, Дж. Толкин, Б. Акунин, Д. Чейз, К. Дойл, С. Кинг.

Внутренний мир повседневности сквозь призму интерпретации притчи

Ещё одна экспериментальная попытка более глубоко заглянуть во внутренний мир повседневной жизни молодых рабочих, в их способность адекватно воспринимать и интерпретировать авторские интенции была сделана через обращение к прочтению и интерпретации притчи. Притча как жанр художественного произведения по своему содержанию близка к басне, содержит определённое назидание (нравственное поучение), следовательно, замысел автора легче «считывается», нежели в других жанрах. Исходя из того, что понимание главной мысли в притче не требует дополнительной информированности, компетенций, мало зависит от половозрастных и других социально-демографических факторов, ожидалось, что большинство молодых рабочих справятся с поставленной задачей и покажут адекватное понимание смысла притчи. Для интерпретации была предложена известная притча «О судьбе»¹.

К сожалению, лишь меньшая часть рабочих (29%) дали адекватную интерпретацию притчи, а почти половина (47%) не справились с поставленной задачей. Невысокий результат рабочих особенно заметен на фоне сравнения с ответами студентов вузов⁵ (см. таблицу 4).

¹ См.: Притча о судьбе // Профессионалы.ru [веб-сайт]. URL: https://professional.ru/Soobschestva/biznes-pritcha/pritcha_o_sudbe/ (дата обращения: 14.02.2015).

⁵ Исследование среди студентов было проведено автором в феврале – июне 2015 г. Объём целевой выборки составил 100 человек, по 50 человек из числа обучающихся на гуманитарных факультетах (МГИМО) и технических (МГТУ им. Н. Э. Баумана, МФТИ, МАИ, НИЯУ МИФИ).

Таблица 4

Уровни адекватности в понимании смысла притчи у рабочих 2016 г. и студентов, 2015 г., %

Уровни адекватности	Рабочие	Студенты
Адекватное	29	53
Частично адекватное	24	25
Неадекватное	47	22
Всего	100	100

Особенности восприятия студентами авторских замыслов художественных произведений были показаны в исследовании 2015 г. [Темницкий, 2016].

В связи уровня адекватности восприятия притчи и социально-демографических характеристик не удалось обнаружить каких-либо существенных различий, за исключением возраста. Рабочие младшей возрастной группы (18–25 лет) чаще, чем их более старшие товарищи по работе, давали адекватную интерпретацию (33 и 25% соответственно). Не было выявлено значимых различий в связи уровня адекватности интерпретации притчи и ценностных позиций рабочих. Всё же с определённой осторожностью можно утверждать о связи выбираемого рабочими жанра произведения, оказавшего влияние на их мировидение, и уровня интерпретации притчи. Те рабочие, которые указывали книгу, чаще давали адекватную интерпретацию притчи, чем те, кто отмечал фильм, песню, телепередачу или компьютерную игру (39 и 22% соответственно).

В целом жанр притчи рассматривается нами как базовый для выявления уровня понимания текста. То, что с возрастом, сопоставимым со стажем работы на предприятии, происходит снижение доли рабочих, адекватно интерпретирующих притчу, может рассматриваться как косвенный показатель рутинизации их трудовой деятельности, всё меньше требующей пытливости и обдумывания тех или иных производственных ситуаций, поступающей информации. В связи с этим характерны примеры неадекватной интерпретации рабочими смысла притчи: «Не надо выделяться, всё пойдёт своим чередом», «Плыть по течению», «Главное не обманывать и быть добрым, чужим людям можно не верить, а к своим – прислушиваться».

Повседневная жизнь рабочих в коммуникациях со СМИ

В исследовании была сделана попытка раскрыть социокультурный портрет молодых рабочих посредством обращения к сфере их коммуникаций со СМИ: Интернетом, телевидением, газетами и журналами, а также радио. Современная повседневная жизнь молодёжи немыслима без интернет-коммуникаций.

Можно было предположить, что рабочие, чей труд по определению носит преимущественно физический характер, а рабочие места ещё далеки от повсеместного компьютерного обеспечения, будут менее близки к Интернету, чем другие категории занятых. Чтобы выяснить это, воспользуемся данными исследования RLMS–HSE 2015 г., в котором были заданы вопросы не только о фактах использования Интернета за последние 12 месяцев, но и об используемых для этого гаджетах, а также о целях использования и посещаемых социальных сетях.

Из массива были отобраны рабочие (7-я, 8-я, 9-я группы по ISKO), специалисты с высшим образованием и работники сферы торговли и услуг, которые на момент опроса имели оплачиваемую работу. Для сравнения были выделены три группы по возрасту: 1) 18–35, 2) 36–49, 3) 50 лет и старше. Как выяснилось, если рабочие старшего возраста существенно отстают от специалистов с высшим образованием того же возраста в использовании Интернета (за последние 12 месяцев), то молодые рабочие (18–35 лет) отличаются от своих ровесников из категории специалистов с высшим образованием незначительно (91 и 98% соответственно). Не выявлено значимых различий в использовании Интернета между рабочими и работниками сферы торговли и услуг.

Как и следовало ожидать, самая молодая группа рабочих заметно отличается от своих коллег как по использованию Интернета в целом, так и по используемым для этого гаджетам (см. таблицу 5).

Таблица 5

Пользование Интернетом рабочими за последние 12 месяцев
в зависимости от возраста, 2015 г., % от числа ответивших (ответы «да»)

Пользование Интернетом	Группы по возрасту, лет			
	18–25	26–35	36–49	50 и более
В течение последних 12 месяцев в целом	91	81	63	36
Пользование Интернетом у себя дома	90	80	62	35
Пользование Интернетом по месту работы	20	22	15	10
Пользовались для выхода в Интернет мобильным телефоном или смартфоном	75	62	35	22
Пользовались для выхода в Интернет ноутбуком, лэптопом	47	43	29	18
Пользовались для выхода в Интернет персональным компьютером	45	45	40	20
Пользовались для выхода в Интернет персональным планшетом	15	17	10	5
Количество опрошенных	158	426	575	577

Источник: Данные RLMS–HSE, 2015 г.

Преобладающим местом пользования Интернетом у рабочих является дом. По месту работы пользуется Интернетом лишь каждый пятый из числа молодых рабочих, тогда как среди молодых специалистов использование Интернета на

работе стало уже почти нормой для абсолютного большинства (83%), а среди работников сферы торговли и услуг – для половины. Самым распространённым устройством для выхода в Интернет у молодых рабочих становится смартфон (75%). Здесь они ничем не отличаются от своих ровесников из числа специалистов с высшим образованием.

Поскольку применение Интернета в работе остаётся редкой практикой, то определяющей целью его использования у рабочих являются развлечения, общение и посещение социальных сайтов. Вместе с тем заметным для большинства молодых рабочих (двух третей) является использование Интернета для получения новостей, расширения своего кругозора, а также получения различных справочных материалов. Наиболее популярными социальными сетями у молодых рабочих (18–25 лет) являются «ВКонтакте» (67%) и «Одноклассники» (47%); в возрасте 26–35 лет – 40 и 42% соответственно. Не пользуются популярностью сети «Фейсбук» и «Твиттер» – по 1% у первой и второй групп.

Возвращаясь к проблеме связи повседневной жизни рабочих и СМИ на примере молодых рабочих брянских предприятий, мы можем попытаться более детально охарактеризовать их жизнь. Основой является обращение к ответам молодых рабочих на открытые вопросы не только о том, что они делают в Интернете, но и какие телепередачи смотрят, какие газеты читают, слушают ли радио. В отношении Интернета рабочим было предложено назвать наиболее посещаемые интернет-сайты. В среднем рабочими было названо 1,7 сайта из пяти возможных. Только 5 респондентов назвали 5 сайтов, еще 11 – 4, а 20 человек (17%) не назвали ни одного. Молодые рабочие Брянска здесь ничем не отличаются от своих коллег по российской выборке (половина указала те или иные социальные сети, чаще всего «ВКонтакте», каждый третий – информационно-познавательные сайты, каждый десятый – развлекательные, 6% – поисковики). Судя по ответам молодых рабочих Брянска, обращение к Интернету идёт вровень с обращением к телевидению. Так, молодыми рабочими было в среднем названо только 1,8 просматриваемых телеканалов из пяти возможных (14% из числа молодых рабочих вообще не смотрят телевизор, 40% указали каналы, которые можно отнести к информационно-познавательным, а 46% – к развлекательным и спортивным). Большим приоритетом у молодых рабочих пользуются новостные телепередачи двух ведущих каналов («Время», «Вести»), из познавательных – научно-технические. Обращение молодых рабочих к радио как средству коммуникации с медиа значительно уступает по сравнению с Интернетом и телевидением. В среднем было указано 2,2 радиоканалов из пяти возможных. Каждый пятый из числа опрошенных рабочих отметил, что вообще не слушает радио, половина указала только один радиоканал. Среди наиболее популярных оказались: «Европа

Плюс» – 20%, «Радио “Ваня”» – 13%, «Русское радио» – 10%. Остальные радиоканалы набирали менее 5%. Ещё меньше было указано читаемых газет и журналов (в среднем 0,9 из пяти возможных). При этом региональные газеты («Брянский машиностроитель», «Брянская губерния», «Брянский рабочий», «Брянский вестник») назывались чаще, чем федеральные («Комсомольская правда», «Российская газета», «Советский спорт»).

Заключение

Таким образом, в социокультурном портрете молодого рабочего провинциального города явно преобладают консервативные ценности семьи и личного материального благополучия. Существенно менее выраженными (примерно в 3 раза) оказались ценности самореализации и творчества. В характеристиках антиценностей молодыми рабочими чаще всего отторгается всё то, что связано с негативизмом в отношениях с людьми (безразличие, разобщённость окружающих, их агрессивность, жестокость и ложь).

В сфере труда на предприятии молодые рабочие в большей мере ценят традиционные моральные качества товарищей по работе (честность, добросовестность, ответственность, готовность помочь), чем качества, востребуемые рыночной ситуацией (инициативность, стремление повышать квалификацию).

Достаточно продуктивным и адекватным к выделенным предметам исследования оказалось использование методики открытых вопросов. Оказались заметными усилия молодых рабочих по активизации памяти и концептуализации предложенных объектов (имеются в виду просьбы назвать актуальные проблемы страны; фамилии значимых для них персон; культурные и масс-медийные источники, к которым они обращаются или обращались: газеты, журналы, теле- и радиопередачи, интернет-сайты, кинофильмы, книги).

В отношении с миром, выходящим за пределы повседневного труда и быта, молодых рабочих характеризует их равнодушие к проблемам, связанным с «безразличием власти к гражданам своей страны», «закрытием предприятий», «ростом цен», а также к сформировавшейся, по их мнению, «беспредельной коррупции в государственных структурах». При этом несомненным политическим лидером, чьё мнение для молодых рабочих является весьма значимым, остаётся В. В. Путин.

Современных молодых рабочих не отличает особая пытливість ума, желание разобраться, найти главную мысль в том или ином художественном произведении, что прежде всего показал эксперимент с интерпретацией смысла притчи. Крайне скудным является мир их чтения, ограниченный школьной и приключенческой литературой, в которой абсолютное большинство из числа опрошенных не смогли выделить главную мысль автора.

Молодых рабочих характеризует высокая активность в использовании Интернета, смартфонов, в чём они мало отличаются от молодых специалистов с высшим образованием.

В целом молодые рабочие провинциального города воспроизводят традиционно-консервативные ценности повседневной жизни; их устремления, поведенческие установки и практики не могут рассматриваться как фактор инновационных изменений.

Список литературы

Адамьянц Т. З. Социоментальные группы в социальном познании // Социологические исследования. 2015. № 7. С. 117–125.

Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М.: Наука, 1984. 268 с.

Караханова Т. М., Бессокирная Г. П., Большакова О. А. Повседневная деятельность рабочих: труд, быт, досуг. М.: Институт социологии РАН, 2015. 100 с.

Константиновский Д. Л., Вознесенская Е. Д., Чередниченко Г. А. Рабочая молодёжь сегодня: образование, профессия, социальное самочувствие // Социологическая наука и социальная практика. 2013. № 2. С. 21–38.

Митягина Е. В. Динамика изменения отношения молодёжи к рабочим специальностям // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2012. № 3 (27). С. 66–73.

Темницкий А. Л. Факторы привлекательности занятости современной российской молодёжи на промышленных предприятиях // Современный менеджмент. Проблемы, гипотезы, исследования. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2009. С. 371–385.

Темницкий А. Л. Социокультурное: от нерасчлennного понятия к дуальным оппозициям // Вестник Института социологии. 2011. № 2 (3). С. 141–164.

Темницкий А. Л. Возможности повышения уровня адекватности понимания в современных коммуникациях студентов // Коммуникология. 2016. Т. 4. № 6. С. 223–240.

Тощенко Ж. Т. Жизненный мир и его смыслы // Социологические исследования. 2016. № 1. С. 5–17.

Дата поступления в редакцию: 19.09.2017.

DOI: 10.19181/snsp.2017.5.4.5521



Sociocultural World of Young Russian Workers' Daily Life

Temnitskiy Alexander Lazarevich

Associate Professor, the Sociological Department, Moscow State Institute of International Relations (MGIMO); Senior Researcher, Institute of Sociology of the FCTAS RAS. Prospect Vernadskogo, 76, 119454, Moscow, Russia; Krzhizhanovskogo str., 24/35, build 5, 117218, Moscow, Russia.
E-mail: taleksandr@list.ru

Abstract. In this article different aspects of daily life of young Russian workers at industrial enterprises in Bryansk are examined. It is done on the basis of the research (conducted in 2016) in which with the help of multi-layered questionnaire with open questions features of living world perception through the prism of main values, fiction, authoritative people, communications with mass-media are revealed. Special attention is devoted to analysis of workers' skills in the interpretation of authors' intentions in fiction (on the example of parable). To reveal the main workers' qualifications in the industrial sphere of communication the data of earlier conducted researches in Bryansk (2007 and 2014) is used. To reveal the place of the Internet in young workers' life RLMS–HSE data (2015) is used.

The conclusion of the article is the characteristic of sociocultural image of young workers from provincial town. It is shown that in the sociocultural image of young workers conservative-traditional qualities of daily life prevail over liberal ones (the role of self-realization and creative work in living values, going out of the borders of inner world of daily work and routine towards the surrounding problems, searching activity in fiction, inquisitiveness of mind in the interpretation of texts' content). The exception is only communication with mass-media, first of all, in the use of the Internet where young workers are slightly different from their coevals among specialists with higher education.

Keywords: daily life, sociocultural world, semisociopsychological approach, sociocultural image, living values, communicational skills, young workers

REFERENCES

- Adamyants T. Z. Sotsiomentalnye gruppyi v sotsialnom poznanii. [Sociomental groups in social cognition]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2015. № 7. P. 117–125. (In Russ.).
- Dridze T. M. *Tekstovaya deyatel'nost' v strukture sotsialnoy kommunikatsii*. [Text activity in the structure of social communication]. M.: Nauka publ., 1984. 268 p. (In Russ.).
- Karahanova T. M., Bessokirnaya G. P., Bolshakova O. A. *Povsednevnyaya deyatel'nost' rabochih: trud, byit, dosug*. [Daily activities of workers: work, life, leisure]. M.: Institut sotsiologii RAN publ., 2015. 100 p. (In Russ.).
- Konstantinovskiy D. L., Voznesenskaya E. D., Cherednichenko G. A. Rabochaya molodezh' segodnya: obrazovanie, professiya, sotsialnoe samochuvstvie. [Working young people today: education, profession, social well-being]. *Sotsiologicheskaya nauka i sotsialnaya praktika*. 2013. № 2. P. 21–38. (In Russ.).
- Mityagina E. V. Dinamika izmeneniya otnosheniya molodezhi k rabochim spetsialnostyam. [Dynamics of changes in young people's attitudes to working professions]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo*. Seriya: Sotsialnyie nauki. 2012. № 3 (27). P. 66–73. (In Russ.).
- Temnickij A. L. Sociokul'turnoe: ot nerashchlenjonnogo ponjatija k dual'nym oppozitsijam. [Sociocultural: from undifferentiated concepts to a dual oppositions]. [Elektronnyj resurs]. *Vestnik Instituta sociologii*. 2011. № 3. P. 141–163. URL: [http://www.vestnik.isras.ru/articlehtml?id=146&at=a&pid=\(data obrashhenija: 27.08.2016\)](http://www.vestnik.isras.ru/articlehtml?id=146&at=a&pid=(data obrashhenija: 27.08.2016).). (In Russ.).
- Temnitskiy A. L. Faktoryi privlekatelnosti zanyatosti sovremennoy rossiyskoy molodezhi na promyshlennyykh predpriyatiyah. [Factors of attractiveness of employment of modern Russian youth in industrial enterprises]. *Sovremennyiy menedzhment: problemy, gipotezy, issledovaniya. Sbornik nauchnykh trudov*. NIU VShE. Fakultet menedzhmenta publ., 2009. P. 371–385. (In Russ.).
- Temnitskiy A. L. Vozmozhnosti povysheniya urovnya adekvatnosti ponimaniya v sovremennykh kommunikatsiyah studentov. [The possibility of increasing adequacy of understanding in modern communications students]. *Kommunikologiya*. 2016. T. 4. № 6. P. 223–240. (In Russ.).
- Toschenko Zh. T. Zhiznennyiy mir i ego smyslyi. [Life-world and its meanings]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2016. № 1. P. 5–17 (In Russ.).

Date received by 19.09.2017.