

# Специфика социологического изучения сферы культуры



Ирина ЛАШУК, кандидат социологических наук, доцент

В жизни современного социума культура выступает условием или фоном, на котором протекают социально-политические и социально-экономические изменения. Она может им способствовать, интегрируя уже имеющиеся схемы деятельности с программами развития страны, или, напротив, сдерживать и тормозить, приводя либо к неуправляемому развитию, либо делая это развитие неустойчивым.

В статье культура рассматривается прежде всего не в качестве одного из объектов социологического анализа (как это традиционно представлено в социологии культуры), а в качестве наиболее важной характеристики социального, определяющей базовый модус социологического рассуждения. Иными словами, культура, указывая на определенное видение социальной реальности, предстает как организующий принцип, формирующий теоретическую оптику социологического исследования.

Социальная реальность рассматривается как многомерное пространство, включающее различные поля (политическое, экономическое, социальное, культурное и т.д.), – это социальная топология пространства.

## ОБ АВТОРЕ

**ЛАШУК Ирина Валерьевна.**

Родилась в г. Минске. Окончила Белорусский государственный университет (1996), аспирантуру Института социологии НАН Беларуси (2000).

С 1996 по 2015 год прошла путь от старшего лаборанта до руководителя Центра Института социологии Национальной академии наук Беларуси. С 2016 года – заместитель директора по научной работе Института социологии НАН Беларуси.

Кандидат социологических наук (2004), доцент (2012).

Автор около 70 научных работ, в том числе трех коллективных монографий, одного учебного пособия (в соавторстве).

Сфера научных интересов: социология культуры, молодежи, семьи, социальная стратификация.

В рамках описанных методологических оснований культура современного общества может исследоваться, по крайней мере, на двух уровнях: символическом, где она представлена в виде идей, ценностей, представлений и существует в «закодированном» виде, и поведенческом, где закодированные ценности и нормы проявляются в реальных поведенческих моделях. Проанализируем более подробно каждый из обозначенных уровней.

На символическом уровне мы имеем дело с культурным кодом современного общества, он традиционно рассматривается в социогуманитарном знании как совокупность механизмов, посредством которых определенный набор ценностей воспроизводится, передается от одного поколения к другому и от одного человека к другому.

Под культурным кодом мы понимаем сжатую информацию, которая определяет специфический вид и цивилизации, и культуры конкретного общества.

С одной стороны, есть общецивилизационные нормы, ценности, правила, с другой – национально-культурные. Однако и те, и другие существуют в «символическом», «закодированном» виде и проявляются (воспроизводятся) в со-

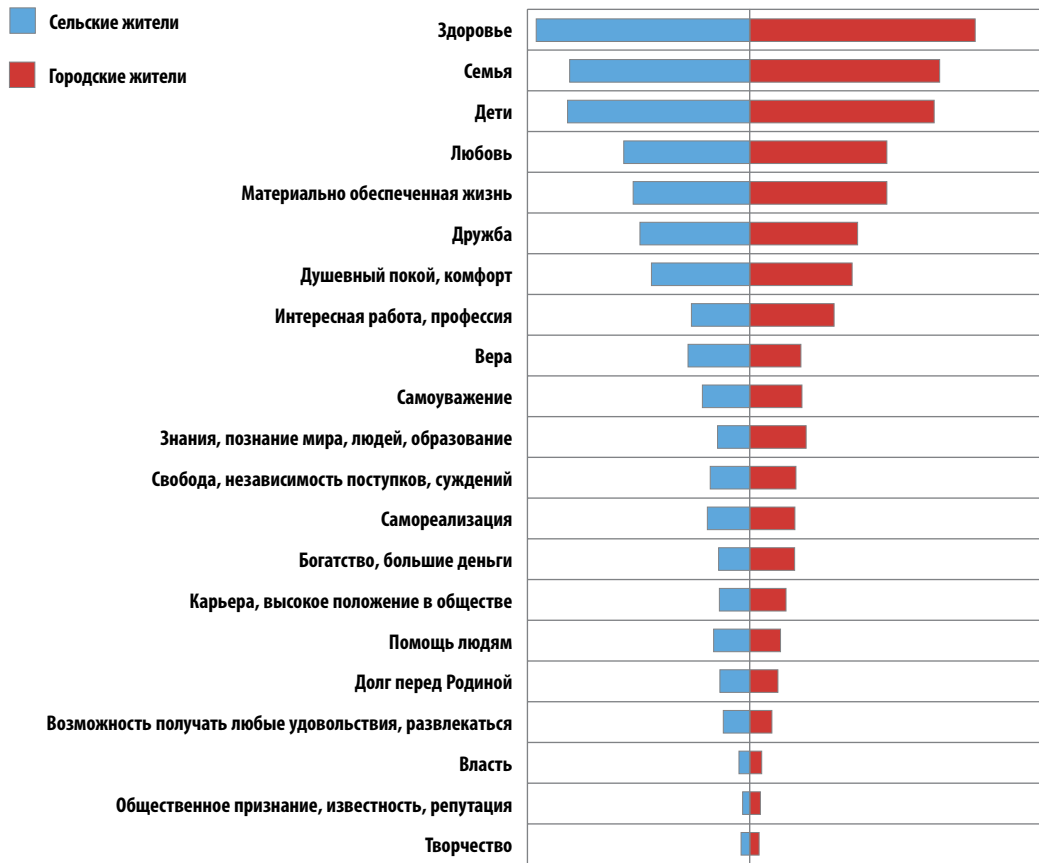


Рисунок 1. Результаты опроса на тему: «Что для Вас в жизни является наиболее важным?»

циальности только через переживания, оценки, поступки конкретных социальных групп общества.

Социологический анализ культуры современного общества возможно осуществить через поведенческие модели социальных групп в разных полях. Именно эти модели поведения и являются показателями, с одной стороны, того, в каких формах происходит «раскодирование» ценностей, идеалов и норм конкретного общества в реальной повседневной деятельности, с другой – какие возможные перспективы «кодирования» этих практик в культурный код (обратный процесс) возможны в будущем и как это отразится на следующих поколениях.

Единицей социологического анализа являются «жизненные стратегии социокультурного поведения», которые представляют собой устойчивые практики социальных групп, имеющих совокупность ресурсов – образовательных, культурных и других, в той или иной степени реа-

лизующихся в конкретных жизненных ситуациях.

Концепт «жизненные стратегии социокультурного поведения» в рамках представленных методологических оснований базируется на следующих положениях:

1. С одной стороны, берется за основу веберовское представление о социальном действии и его осмысленности действующим субъектом, с другой, используется метод построения «идеальных» типов стратегий поведения, отражающих не «объективную» реальность, а основные тенденции социума, в котором живут и действуют осмысливающие субъекты.

2. Концептуализируется социальное пространство в терминах П. Бурдьё, предполагая, что оно состоит из различных полей, в каждом из которых есть свои капиталы. Капиталы могут выступать в объективированной и инкорпорированной формах.

3. В рамках культур-социологической традиции мы считаем, что каждое поле

является в той или иной степени социокультурным.

4. Вслед за феноменологами предполагаем, что люди взаимодействуют в конкретных жизненных ситуациях и делают свой выбор.

Жизненные стратегии социокультурного поведения в современном обществе представляют собой «чистые» (идеальные) типы стратегий поведения агентов, имеющих различные ресурсы и делающих свой выбор в жизненных ситуациях конкретного поля, являющегося в той или иной степени социокультурным.

В рамках представленных концептуальных оснований жизненные стратегии социокультурного поведения имеют в первую очередь ценностную природу. Для их изучения целесообразным представляется деление ценностей на базовые (предельные) и инструментальные.

Так, базовые ценности представляют собой ядро личности, являются основным мотивом социальной активности, обеспечивают ее целостность и определяют программы и стратегии жизнедеятельности. Базовые ценности можно определить, как предельные мотиваторы социальной активности агента. Предельные, поскольку они представляют собой наивысший уровень регуляции поведения личности, и за ними уже ничего другого поставить нельзя; мотиваторы – поскольку требуют реализации в социальных практиках и побуждают к этому; социальной активности – поскольку эта активность непременно должна быть направлена на другого.

Инструментальные ценности понимаются как социально значимые ресурсы, которые используются индивидами в социальных практиках. В отличие от базовых ценностей, характеризующих то, что движет людьми, инструментальные ценности относятся к средствам, которые люди используют для достижения собственных целей.

«Закрепление», формирование, воспроизводство ценностных иерархий происходит в повседневном взаимодействии людей. Проявляется же ценностная позиция в действиях индивидов и групп в

возникающих проблемных жизненных ситуациях, когда нарушается упорядоченность привычного течения жизни. Необходимость устранить ту или иную проблему (или несколько проблем одновременно) требует от человека повышенной целенаправленной активности, выработки жизненно важных решений и, наконец, выбора той или иной стратегии деятельности, а также средств и способов достижения нужного результата.

Тип проблем, стоящих перед человеком, несет на себе печать политического, экономического и культурного контекста, в котором они возникают, а также социального окружения. В таком случае значимость инструментальных ценностей определяется степенью включения в решение проблемных жизненных ситуаций.

Инструментальные ценности или ценности-средства интерпретируются нами одновременно и как включенные в повседневную практику капиталы. То есть не каждый из имеющихся у человека ресурсов помогает ему в различного рода проблемных жизненных ситуациях. В этом случае он является формальным ресурсом. Реальным он станет только тогда, когда включится и закрепится в повседневных моделях поведения.

Итак, жизненные стратегии социокультурного поведения определяются, во-первых, базовыми ценностными ориентирами. Во-вторых, в повседневной жизни, сталкиваясь с различного рода проблемными ситуациями, индивид актуализирует имеющийся в его распоряжении запас капиталов (образовательный, сетевой, административный и др.). В таком случае степень востребованности капитала в повседневности и определяет инструментальную значимость конкретной ценности.

Интересные данные были получены во время социологического исследования, проведенного Институтом социологии НАН Беларуси. В качестве эмпирического индикатора респондентам был предложен список из 21 базовой ценности, из которых они должны были выбрать 7 наиболее значимых (вопрос с формулировкой «Ради чего вы живете?»).

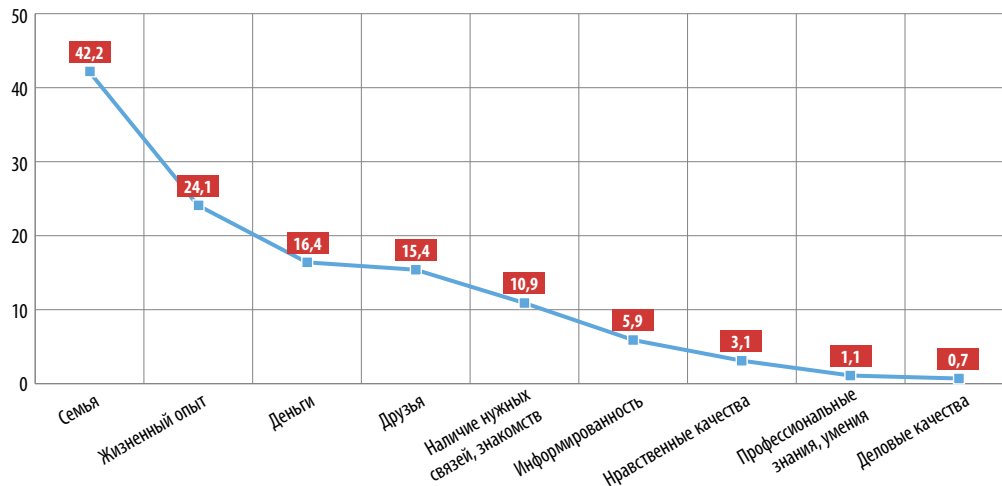


Рисунок 2.  
Интегрированный  
показатель  
значимости ценностей

В тройку лидеров вошли (в порядке убывания): здоровье, семья, дети. Полученные данные подтверждают: белорусское общество в значительной степени является традиционным, тем более что названные ценности стабильно занимают в последние годы лидирующие позиции. Это обеспечивает высокую степень социальной интеграции – тем самым индивид вовлекается в процессы общественного воспроизводства.

Для более углубленного изучения базовых ценностей был использован факторный анализ, в результате которого выделили 7 векторных ценностных групп (объясняющая дисперсия – 47,3 %):

1. Материально-гедонистические: богатство, большие деньги; власть; возможность получать любые удовольствия (при отрицательной значимости ценностей «дети» и «здоровье»).

2. Нравственно-гражданские: вера; долг перед Родиной; помощь людям (при низкой значимости материальных ценностей).

3. Образовательно-профессиональные: знания, познание мира, людей, образование; интересная работа, профессия; карьера, высокое положение в обществе.

4. Личностная самореализация: самопознание; самоуважение.

5. Семейные: семья; дети (при низкой значимости ценностей свободы и независимости).

6. Любовь и творчество.

7. Душевное и физическое благополучие: душевный покой, комфорт; здоровье (при низкой значимости ценностей карьерных достижений).

Эмпирическим индикатором инструментальных ценностей являлся список из 17 ценностей и формулировка: «Что (кто) помогает вам справляться с жизненными проблемами?». Респондентам предлагалось оценить их значимость по шкале – «Помогает во всех ситуациях», «Помогает в большинстве ситуаций», «Помогает только в некоторых ситуациях», «Не помогает вообще». Наиболее значимыми ценностями-средствами являются: семья, жизненный опыт, деньги и друзья.

Применение факторного анализа для инструментальных ценностей позволило выделить 5 векторов (объясняющая дисперсия – 62,9 %):

1. Профессионально-статусный: профессиональные знания, умения; хорошее образование; престиж профессии; информированность; занимаемая должность; нравственные качества; деловые качества; участие в политической жизни; обращение к закону; личный авторитет, известность, репутация.

2. Социально-сетевой: деньги; друзья; жизненный опыт; наличие нужных связей и знакомств.

3. Правовой: участие в политической жизни; обращение к закону.

4. Имиджевый: наличие собственности; личный авторитет, известность, репутация; нужные связи и знакомства.

5. Семейный: семья; вера в Бога.

Далее векторы преобразовали с учетом нагрузок в шкалу от 0 до 1. В результате получили значения выраженности каждого из них. Так, ядром ценностной инструментальной иерархии является семейный (среднее значение – 0,49) и социально-сетевой (0,5) векторы. Следующие, по степени включения в решение жизненных проблем, – профессионально-статусный (среднее значение – 0,31) и имиджевый (0,31).

Статистический анализ полученных во время исследования данных позволил зафиксировать значимые различия выраженности ценностных векторов в зависимости от региона проживания, возраста и гендерной принадлежности респондентов.

Так, у женщин в большей степени выражен семейный вектор, у мужчин – несколько ярче представлен имиджевый. По возрастному признаку также зафиксированы некоторые различия. Например, в самой возрастной группе (55 и старше) в меньшей степени выражен профессионально-статусный вектор и в большей степени – семейный. В самой молодой группе более востребованным оказался социально-сетевой.

Как показали результаты проведенного эмпирического замера, смысловые ориентации достаточно стабильны, устойчивы и не дифференцируются в зависимости от социально-демографических характеристик. Это вполне логично, поскольку они являются предельными, базовыми ценностями, определяющими направленность жизни в целом. Инструментальные ценности более мобильны и значительно различаются в разных социально-демографических и территориальных группах. Комбинации ценностей и степень их востребованности в различного рода проблемных жизненных ситуациях и определяют социокультурную стратификацию белорусского общества в целом и отдельных социальных групп в частности.

В качестве ресурсов выступают, как было отмечено ранее, инструментальные ценности (формулировка вопроса

«Что (кто) помогает вам справиться с жизненными проблемами?»). На базе выделенных факторных векторов провели эмпирическую типологизацию, в результате которой получили группы с разным ресурсным уровнем или, в нашей терминологии, с разными жизненными стратегиями социокультурного поведения. Чем большее количество ресурсов включает респондент в стратегию решения жизненных проблем, тем выше его социокультурная активность; соответственно, чем меньшее число работающих ресурсов, тем ниже активность. Проанализировав результаты социологического исследования, получили следующую социокультурную структуру современного белорусского общества: социокультурно активными, максимально использующими имеющиеся ресурсы, оказались 10,6 % респондентов; скорее активными – 30,5 %; скорее пассивными – 49,5 % и наименее активными – 9,3 %. Группа социокультурно пассивных отличается низкой востребованностью всех инструментальных групп ценностей в отличие от активных, которые стремятся использовать максимальное количество имеющихся в их распоряжении капиталов.

На основе разработанных концептуальных и операциональных основ социологического изучения культуры современного общества, с одной стороны, выявили базовые ценностные ориентиры разных социальных групп, с другой, выстроили социокультурную структуру современного белорусского общества по степени активности использования имеющихся в распоряжении индивидов групп ценностей.

При учете результатов настоящего исследования в повседневной практике принятия управленческих решений можно выстроить дифференцированный подход к разным социальным группам, выделение которых возможно производить не только в соответствии с социально-демографическими характеристиками и/или статистическими экономическими показателями, но и с учетом избираемых поведенческих стратегий в социокультурной сфере. ▀