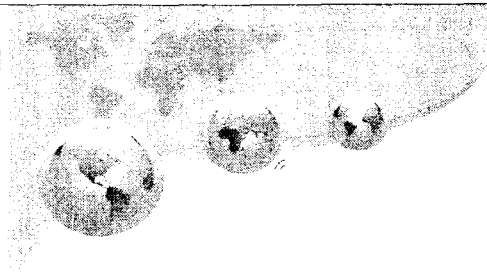


Российское общество социологов
Российская социологическая организация
ФГОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК»

**Бюллетень
Региональных
Социологических
Исследований**

№ 7 (11) Июль-сентябрь 2011

БРСИ №7(11) Июль-сентябрь



Бюллетень региональных социологических исследований основан в 1987 году. Его создателем и первым главным редактором был доктор социологических наук, профессор – Хохлов А.А.

В настоящем выпуске Бюллетеня представлены две работы, выполненные сотрудниками Центра социологических исследований Учебно-научно-исследовательского института социологии и гуманитарных наук ФГОУ ВПО «Госуниверситет - УНПК» в рамках научного проекта «Прогнозирование и анализ развития рынка образовательных услуг как основа разработки образовательной политики в сфере высшего профессионального образования». Информирование читателей о результатах выполнения данного проекта будет продолжено в последующих выпусках Бюллетеня. Не только исследователям, но и руководителям сетевых магазинов, банков, предприятий общественного питания и прочих организаций, обслуживающих население, будет полезно познакомиться с эффективным методом повышения качества обслуживания под названием «Тайный покупатель». Бюллетень продолжает знакомить читателей с работами начинающих исследователей. В постоянной рубрике «Социальная статистика» представлена информация о нововведениях, ориентированных на повышение качества расчетов макроэкономических показателей.

Бюллетень может быть полезен представителям органов власти различного уровня, руководителям организаций, научным работникам, аспирантам, студентам и всем, кто в той или иной степени использует результаты социологических исследований в своей деятельности, а также тем, кому интересно научно выверенное и обобщенное общественное мнение жителей региона.

Редакция:

В.И. Уварова – главный редактор, кандидат филологических наук, доцент

М.А. Федосеева – заместитель главного редактора, кандидат экономических наук

Т.С. Болховитина – заместитель главного редактора по работе с регионами, директор Брянского филиала ГОУ ВПО «Орловская региональная академия государственной службы», кандидат политических наук, доцент

О.С. Петрова – ответственный редактор, кандидат технических наук

Н.В. Якушина – кандидат социологических наук, доцент

Е.П. Мясина – кандидат социологических наук, доцент

Т.П. Устинова – руководитель территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Орловской области

Адрес редакции:

302030, г. Орел,
ул. Московская, 65
Контактный телефон-
факс:

(4862) 55-19-46

E-mail so-
cial_cent@mail.ru

Содержание

ВСТУПИТЕЛЬНАЯ СТАТЬЯ	4
ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ЦЕНТРОВ ГОРОДА ОРЛА	5
В.И. Уварова Выпускник средней школы: стратегии поведения	5
Е.П. Мясина Анализ статистики высшего образования в Орловской области (на примере выпускников государственных и муниципальных вузов)	12
Ю.С. Мишина Технология «Тайный покупатель» – эффективный инструмент изучения качества обслуживания на предприятиях розничной торговли	28
Б.Г. Бобылев, А.А. Мотин О некоторых особенностях речевого сознания носителей современного русского языка	35
ПУБЛИКАЦИИ СОИСКАТЕЛЕЙ УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ	51
А.А. Пушкин Идеологемы «модернизация» и «инновация» в официальном политическом дискурсе современной России	51
СОЦИАЛЬНАЯ СТАТИСТИКА	69
А.И. Дмитриева О составлении базовых таблиц «затраты-выпуск» по данным за 2011 год	69
К СВЕДЕНИЮ АВТОРОВ	75

Уважаемый читатель!

В этом выпуске Бюллетеня рассматривается целый комплекс актуальных проблем современного общества.

В первой статье исследователями Центра социологических исследований Учебно-научно-исследовательского института социологии и гуманитарных наук ФГОУ ВПО «Госуниверситет-УНПК» предпринята попытка изучения демографической ситуации и динамики численности обучающихся в Орловской области как части всестороннего анализа рынка образовательных услуг и рынка труда не только на уровне страны в целом, но и на уровне отдельного региона. Логическим продолжением исследовательской работы над этим научным проектом является предлагаемый авторами анализ статистики высшего образования в Орловской области с 2004 по 2010 годы.

В статье, посвященной технологии «Тайный покупатель», рассматривается один из наиболее востребованных и эффективных в настоящее время видов исследования. Он позволяет оценить качество обслуживания потребителя, что является одним из основных конкурентных преимуществ продавцов и производителей в торговой сфере. Предлагаемый вашему вниманию материал представляет результаты применения данного метода в исследовании книжных магазинов г. Орла.

Кроме того, в рамках настоящего Бюллетеня вы сможете познакомиться с результатами осуществленного на базе Интернет-ресурсов Орловского государственного технического университета мониторинга русской речи по различным языковым аспектам с целью выявления особенностей речевого сознания носителей современного русского языка.

Также несомненный интерес представляет статья начинающего исследователя, посвященная рассмотрению идеологем «модернизация» и «инновация», которые являются определенными высказываниями об устройстве мира в официальном политическом дискурсе современной России. Целью его изысканий является анализ содержания, значения и роли идеологем «модернизация» и «инновация», как выражения и артикуляции социально-экономической политики государства.

В постоянной рубрике «Социальная статистика» можно познакомиться с особенностями составления базовых таблиц «затраты-выпуск», которые разрабатываются в целях формирования официальной статистической информации о межотраслевых связях и структурных пропорциях экономики Российской Федерации, а также повышения качества статистических и прогнозных расчетов макроэкономических показателей.

Надеемся, что представленные в Бюллетене темы будут для вас интересны и продолжены в дальнейших публикациях наших потенциальных авторов.



Рубрику ведет М.А. Федосеева – кандидат экономических наук, заведующий редакционно-аналитическим сектором Центра социологических исследований Учебно-научно-исследовательского института социологии и гуманитарных наук ФГОУ ВПО «Государственный университет – УНПК»

ВЫПУСКНИК СРЕДНЕЙ ШКОЛЫ: СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ

В.И. Уварова, кандидат философских наук, доцент, директор Центра социологических исследований Учебно-научно-исследовательского института социологии и гуманитарных наук ФГОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК», lst@ostu.ru

В настоящее время в стране сложилось определенное несоответствие между потребностями экономики и рынком образовательных услуг. Это неизбежно приводит к несбалансированности рынка труда, создает проблемы с трудоустройством выпускников вузов, снижает качество подготовки квалифицированных работников в различных сферах общественного производства. От степени восприимчивости высшего образования к технологическому прогрессу в значительной степени зависит успешность перехода на инновационный путь развития. Подобная восприимчивость не в последнюю очередь зависит от характера и устойчивости взаимосвязи образования и практики.

Следует также иметь в виду, что, принимая на себя расходы на высшее образование, население все в большей мере становится непосредственным заказчиком на образовательные услуги. Финансовые, временные и ментальные затраты должны быть компенсированы последующей занятостью с достойной оплатой труда и укреплением социального положения выпускника. Если же этого не происходит на протяжении длительного времени, в обществе начинают зарождаться негативные тенденции: разочарование в образовании, неуверенность молодежи в своем будущем, недоверие к институтам власти, неспособным обеспечить требуемое качество подготовки специалистов.

Разработка научных основ современной концепции управления образованием не возможна без всестороннего анализа рынка образовательных услуг и рынка труда не только на уровне страны в целом, но и отдельных регионов. Попытка подобного анализа по Орловской области предпринята ис-

Исследования социологических центров города Орла

следователями Центра социологических исследований Учебно-научно-исследовательского института социологии и гуманитарных наук ФГОУ ВПО «Госуниверситет-УНПК» в рамках научного проекта № 11078 «Прогнозирование и анализ развития рынка образовательных услуг как основа разработки образовательной политики в сфере высшего профессионального образования»¹. Сопоставление статистических данных, характеризующих современные реалии рынка высшего образования и потребности региональной экономики, в ходе выполнения проекта дополнялось социологическими методами исследования, такими как анкетный опрос выпускников средних школ о планах продолжения учебы, контент-анализ газетных объявлений об имеющихся вакансиях на предприятиях и в организациях, глубинные интервью с выпускниками вузов г. Орла.

Первым шагом разработки алгоритма, обеспечивающего сбалансированность общественных потребностей и воспроизводства специалистов, является анализ человеческих ресурсов региона в настоящее время и построение прогноза на ближайшее будущее.

Демографическая ситуация в Орловской области

Очевидно, что при любом варианте развития российского образования борьба между вузами за привлечение студентов будет обостряться. В первую очередь, это – результат демографических тенденций. Согласно данным государственной статистики, характер изменения численности населения Орловской области, как и Российской Федерации в целом, имеет отрицательную тенденцию. За 15 лет – с 1994 по 2009 год – численность населения Орловской области уменьшилась на 101,8 тыс. человек, т.е. на 11,1% (см. рисунок 1). Основная причина – превышение смертности над рождаемостью (естественная убыль населения). Определенный рост рождаемости, наметившийся в регионе в первом десятилетии XXI века все еще не достаточен для превращения отрицательной тенденции изменения численности в положительную [1, С. 55; 2, С. 50].

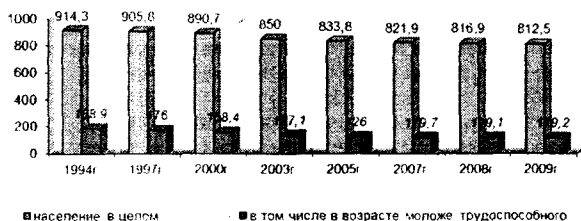


Рисунок 1 – Численность населения Орловской области, тыс. человек

¹ Проект выполняется при финансовой поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации

Исследования социологических центров города Орла

Компенсировать эти потери не в состоянии и снижающийся с каждым годом миграционный приток (см. рисунок 2).

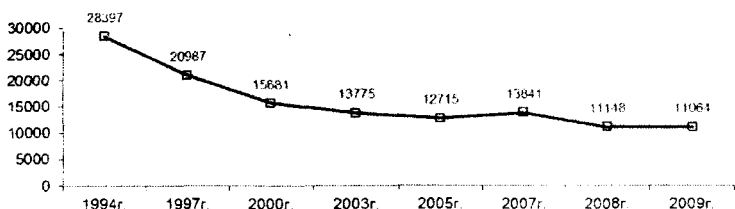


Рисунок 2 – Миграционный приток в Орловскую область, человек

Численность учащихся в Орловской области по видам обучения

Общая численность учащихся по всем видам обучения с 2000 года плавно снижается. По всем видам обучения, кроме высшего образования, количество учащихся в 2009/10 учебном году меньше, чем в 2000/01 (таблица 1).

**Таблица 1 – Численность учащихся по видам обучения
(на начало учебного года; тыс. человек)**

	2000/01	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10
Всего обучалось в том числе:	173,2	155,1	150,9	145,3	140,2	138,1
в общеобразовательных школах	116,3	86,7	81,9	77,1	74,6	72,9
в профессионально-технических учебных заведениях	11,5	11,2	10,5	10,1	9,6	9,2
в средних профессиональных учебных заведениях	13,4	12,5	12,0	11,7	10,9	11,2
в высших профессиональных учебных заведениях	32,0	44,7	46,5	46,7	45,1	44,8

Как видно на рисунке 3, доля школьников в общей численности обучающихся продолжает снижаться, в то время как доля студентов высших учебных заведений, напротив, неуклонно растет, хотя темп этого роста в последние годы заметно снизился.

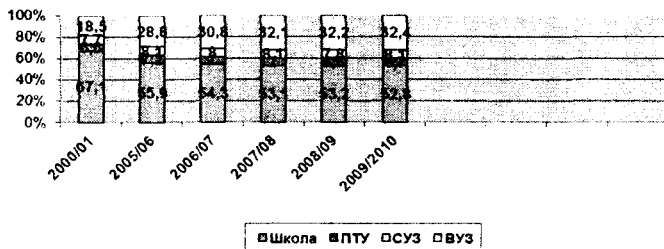


Рисунок 3 – Доля обучающихся по типам образовательных учреждений, %

Динамика численности учащихся общеобразовательных учреждений

Согласно данным государственной статистической отчетности, в 2005/06 учебном году общая численность учащихся дневных государственных и муниципальных общеобразовательных учреждений составила 85,1 тыс. человек. В последующие годы этот показатель сокращался, опустившись к 2009/10 учебному году до своей низкой точки 71,3 тыс. человек, после чего начинается постепенный рост численности. На рисунках 4 и 5 представлены графические показатели численности учащихся дневных государственных / муниципальных общеобразовательных учреждений Орловской области и прогноз до 2012 года.

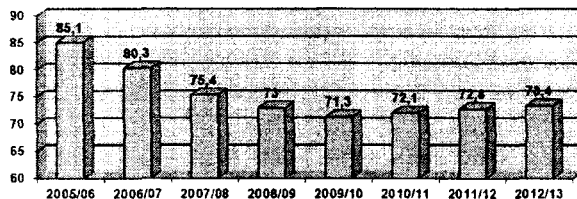


Рисунок 4 – Численность обучающихся в дневных государственных общеобразовательных учреждениях Орловской области и прогноз до 2012/13 учебного года, тыс. человек

Таким образом, до 2010 года наблюдается сокращение общей численности учащихся государственных общеобразовательных учреждений Орловской области примерно на 13,8 тыс. человек. Согласно нашему прогнозу, к 2012 году благодаря увеличению численности учащихся начальных классов произойдет восстановление общей численности школьников на уровне 2008 года.

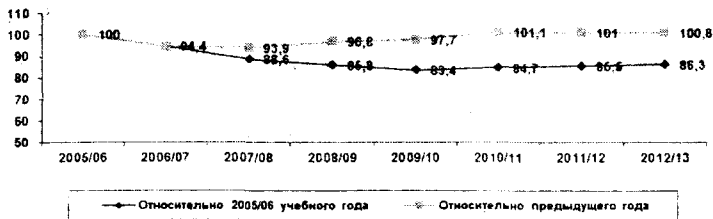


Рисунок 5 – Доля учащихся дневных государственных общеобразовательных учреждений Орловской области и прогноз до 2012/13 учебного года, %

Численность выпускников 9-х классов дневных государственных общеобразовательных учреждений Орловской области в 2005/06 учебном году составляла 8469 человек. В следующие 2 года численность выпускников резко сократилась, опустившись к 2007/08 учебному году до 6259 человек [3, С. 37]. Рост численности девятиклассников, пришедшийся на 2008/09 учебный год, затем сменится очередным сокращением вплоть до прогнозного 2012 года, после которого начнется постепенный рост (таблица 2 и рисунок 6).

Таблица 2 – Численность выпускников 9-х классов дневных государственных общеобразовательных учреждений Орловской области и прогноз на 2012 год, тыс. человек

2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
8,5	8,0	6,3	8,1	7,4	7,0	6,7	7,0

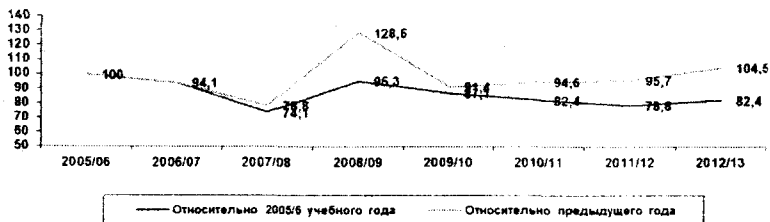


Рисунок 6 – Доля выпускников 9-х классов дневных государственных общеобразовательных учреждений и прогноз до 2012 года, %

Тенденция изменения численности выпускников 11-х классов аналогична тенденции изменения численности выпускников 9-х классов. Макси-

Исследования социологических центров города Орла

мальное снижение численности выпускников 9-х классов в 2008 году проявилось максимальным снижением численности выпускников 11-х классов через 2 года. Сокращение выпуска 2010 года усугубилось отсутствием выпуска в ряде школ в связи с переходом на четырехгодичное начальное обучение. В дальнейшем число выпускников общеобразовательных школ будет сокращаться, включая прогнозный 2012/13 учебный год (таблица 3 и рисунок 7).

Таблица 3 – Численность выпускников 11-х классов дневных государственных общеобразовательных учреждений Орловской области и прогноз на 2012 год, человек

2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
7458	7041	5389	4476	3486	3226	3296	3170

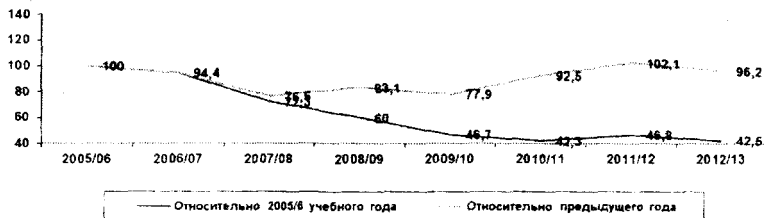


Рисунок 7 – Доля выпускников 11-х классов дневных государственных общеобразовательных учреждений и прогноз до 2012 года, %

Динамика численности студентов вузов Орловской области

В настоящее время в Орловской области работают 7 самостоятельных высших государственных и муниципальных профессиональных учебных заведений, численность обучающихся в них студентов на конец 2009 года составляла 42,7 тысяч человек. Численность студентов, принятых в вузы в 2005 году, на 14,6 % выше, чем в 2000 году, а затем начинается плавное сокращение численности вновь принятых на обучение в вузы, которое продолжится до прогнозного 2012 года (таблица 4 и рисунок 8).

Таблица 4 – Численность вновь принятых на обучение в государственные и муниципальные вузы (на начало учебного года; человек)

Общая численность студентов, принятых в 2000 г.	Показатель увеличения (уменьшения) численности					
	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11
8661	+1483	-314	+41	-680	-359	-535

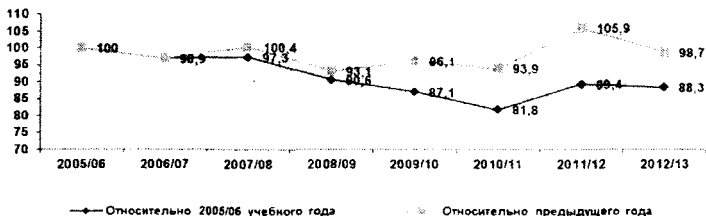


Рисунок 8 – Прогноз доли вновь принятых в государственные высшие профессиональные образовательные учреждения Орловской области, %

В определенной степени численность первокурсников в вузах поддерживается популярностью второго высшего образования, получаемого студентами параллельно с первым.

Влияние «демографической ямы» могло начать негативно сказываться на численности выпускников вузов с 2011 года, если бы не постоянное увеличение доли выпускников средних школ, поступающих в высшие учебные заведения. В результате этого снижение численности выпускников вузов начнется только в 2013 году (таблица 5 и рисунок 9).

Таблица 5 – Прогноз численности выпускников государственных и муниципальных высших профессиональных образовательных учреждений Орловской области, человек

2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
7565	7986	7999	8289	8527	8950	8980	8360

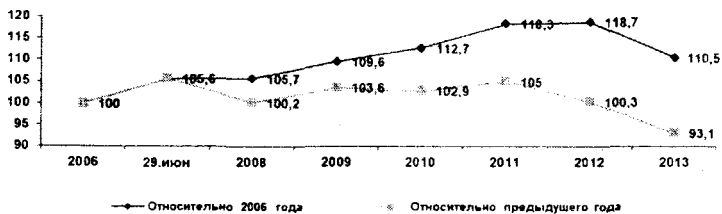


Рисунок 9 – Прогноз доли выпускников государственных высших профессиональных образовательных учреждений Орловской области, %

Несмотря на предстоящее сокращение числа выпускников вузов, их численность в 2013 году все же останется на достаточно высоком уровне.

Задачей дальнейшего анализа является оценка и прогноз подготовки вузами специалистов по различным специальностям и их востребованность на региональном рынке труда.

Литература

1. Орловская область 1990-2003 гг. Статистический ежегодник. Орел, 2004.
2. Орловская область. 2000-2009: стат. сб./ Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области. – 0 75 Орел, 2010.
3. Образование в Орловской области. – Орел, 2010. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области. Орел, 2010.

АНАЛИЗ СТАТИСТИКИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ ВЫПУСКНИКОВ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ВУЗОВ)

**Е.П. Мясина кандидат социологических наук, доцент,
зам.директора по воспитательной работе УНИИСГН,
ФГОУ ВПО «Госунiversитет-УНПК», e-mail: hum_dek@ostu.ru**

Переход России от плановой экономики к рыночной в начале 90-х годов XX века сказался и на рынке образовательных услуг. Вузы получили право на прием коммерческих студентов. Причем, если численность бюджетных студентов продолжала корректироваться министерством образования, то прием коммерческих студентов ограничивался лишь возможностями самого вуза. Кроме этого вузы получили право открывать подготовку по специальностям, не соответствующим профилю учебного заведения. Все это привело к нарастанию диспропорций в сфере образовательных услуг. В результате, например, в Орловской области сегодня на 5 студентов вуза приходится 1 учащийся лицея. В то время как оптимальное соотношение учащихся для эффективного функционирования экономики должно быть обратным.

Исследованию рынка образовательных услуг посвящен научный проект №11078 «Прогнозирование и анализ развития рынка образовательных услуг как основа разработки образовательной политики в сфере высшего профессионального образования» (финансовая поддержка Министерства образования и науки), выполняемый Центром социологических исследова-

Исследования социологических центров города Орла

ний Учебно-научно-исследовательского института социологии и гуманитарных наук ФГОБУ ВПО «Госунiversитет-УНПК».

Читателю предлагается анализ статистики высшего образования в Орловской области с 2004 по 2010 годы.

В 2004-05 учебном году государственные и муниципальные вузы Орловской области выпустили 6682 специалиста. В 2009-10 году число выпускников этих высших заведений составило 8289 человек. Таким образом, рост выпуска специалистов за прошедшие пять лет составил 1607 человек (или 24%) [1, С. 139]. Из двадцати одной группы специальностей, представленных в статистическом ежегоднике «Орловская область. 2000-2009» только по пяти группам зафиксировано уменьшение выпуска специалистов (физико-математические науки; культура и искусство; сельское и рыбное хозяйство; электронная техника, радиотехника и связь). По остальным группам специальностей произошло увеличение выпуска специалистов. Причем разброс роста очень значительный – от 4% (образование и педагогика) до 306% (здравоохранение). Однако численность выпускников многих групп специальностей, даже при высоких процентах роста, незначительна. Например, численность выпускников группы «автоматика и управление» в 2009-10 учебном году при росте 216% насчитывала всего 57 человек, группа специальности «естественные науки» при росте на 100% насчитывала в 2009-10 году 66 человек.

Выпускники: экономисты и юристы

Выпускники двух групп специальностей «экономика и управление» и «гуманитарные науки» составляют 54% всех выпускников вузов.

Кроме этого, практически две трети роста численности выпускников с 2004 по 2009 год, а это 1016 человек, обеспечили именно эти две группы специальностей. Поэтому представляется целесообразным проанализировать более подробно данные направления подготовки (рисунок 1).

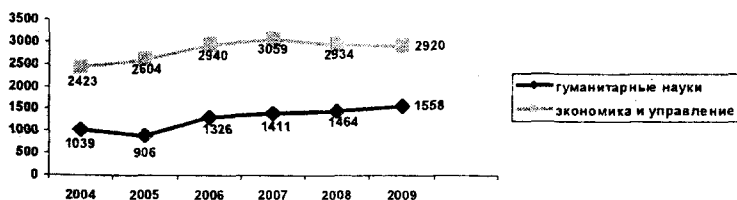


Рисунок 1 – Выпуск специалистов государственными и муниципальными вузами Орловской области по группам специальностей «гуманитарные науки» и «экономика и управление» 2004-2009 годы, человек

Направление «гуманитарные науки» включает в себя более двадцати специальностей. Самая большая по численности выпускников специаль-

Исследования социологических центров города Орла

ность – юриспруденция (чуть больше 50% от всех выпускников – гуманитариев).

На рисунке 2 представлено соотношение выпускников направления «гуманитарные науки» с выпускниками по специальности «юриспруденция» [2].

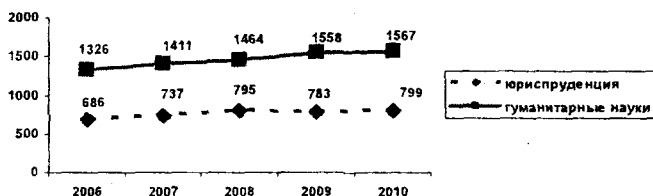


Рисунок 2 – Выпуск специалистов по группе специальностей «гуманитарные науки» и «юриспруденция» 2006-2010 годы, человек

Как видно на рисунке 2, линии диаграммы практически зеркально повторяют друг друга.

Сколько выпускников-гуманитариев в целом и выпускников-юристов окажутся на рынке труда в ближайшие годы?

Имеющиеся статистические данные за 2006-2010 годы [2] позволяют просчитать прогноз выпуска специалистов до 2014 года. Для этого использовалась следующая методика подсчета процента отсева:

1. Расчет процента отсева производился исходя из цифр приема специалистов. Это обусловлено тем, что база данных, представленная Статистическим управлением Орловской области за 2006-10 годы, не включала цифры приема бакалавров и магистров. Такой подход представляется оправданным, так как статистически процент отсева бакалавров будет таким же.

2. Суммировались цифры приема студентов на первый курс за 2006-2010 годы. Таким образом, получалось число студентов, которые должны обучаться данной специальности с первого по пятый курс.

3. Высчитывалась разница между реально обучающимися данной специальности студентами в 2010 году (т.е. на начало пятого курса) и числом принятых за прошедшие пять лет.

4. Предполагалось, что на пятом курсе практически никого не отчисляют.

5. Полученная цифра отсева переводилась в проценты.

Количество студентов-гуманитариев (без бакалавров и магистров), принятых на первый курс с 2006 по 2010 год, составило 8603 человек. На начало 2010-11 учебного года число обучающихся по направлению «гуманитарные науки» составило 8492 человека. Таким образом, отсев составил 111 человек или 1,3%. Для удобства можно округлить эту цифру до 1,5%.

Количество студентов-юристов (без бакалавров и магистров), принятых на первый курс с 2006 по 2010 год, составило 4986 человек. На начало

Исследования социологических центров города Орла

2010-11 учебного года по направлению «юриспруденция» обучалось 4737 человек. Таким образом, отсев составил 249 человек или 5%.

Методика подсчета прогнозируемого количества выпускников вузов:

1. Расчет предполагаемого количества выпускников в 2011-14 годах производился с учетом принятых бакалавров.

2. Так как в имеющихся в настоящее время распоряжении статистических данных количество приема бакалавров и магистров давалось в обобщенном виде, было решено считать, что четверть от этого числа – это магистры, а три четверти – бакалавры. Магистры, ввиду небольшого их числа, из подсчета исключались.

3. Известно, что специалисты обучаются 5 лет, а бакалавры 4 года. Так как подавляющее большинство поступивших студентов получают диплом специалиста, во избежание путаницы в расчетах, было решено рассчитывать обобщенный прогноз выпускников (специалистов и бакалавров) по году приема специалистов. Например, считалось, что специалисты и бакалавры, принятые в 2007-08 учебном году, получают дипломы вместе в 2011-12 учебном году.

Например, в 2009-10 учебном году на гуманитарные специальности поступили 1684 специалиста и 48 бакалавров. С учетом отсева в 1,5% в 2013-14 учебном году получают дипломы 1658 человек или, при округлении – 1660 человек.

Итак, с учетом предполагаемого отсева, соотношение выпускников по рассматриваемым направлениям «гуманитарные науки» и «юриспруденция» в ближайшие годы претерпит определенные изменения (рисунок 3).



Рисунок 3 – Прогноз выпуска специалистов по группам специальностей и направлениям подготовки «гуманитарные науки» и «юриспруденция» до 2014 года, человек

Как видно из рисунка 3, при продолжающемся до 2013 года росте выпускников-гуманитариев (в том числе юристов), а также последующем спаде, линии диаграмм выпускников-юристов и выпускников-гуманитариев имеют тенденцию к некоторому сближению. В 2014 году произойдет уменьшение численности выпускников – гуманитариев по сравнению с 2013 годом на 15,7%, а численности выпускников – юристов только на 7,8%. Особенно наглядно данная тенденция представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Доля выпускников-юристов от общего числа выпускников по группе специальностей и направлений подготовки «гуманитарные науки», %

Год выпуска	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Доля	51,7	52,2	54,3	50,3	51	46,3	52,2	57,9	63,3

Можно также предположить, что и в более отдаленной перспективе юриспруденция не потеряет своей привлекательности. Об этом в определенной мере можно судить по конкурсам на данную специальность.

Анализ конкурсов на гуманитарные специальности за 2006-2010 годы показывает, что юриспруденция устойчиво находилась на третьем месте (за исключением 2009 года) с точки зрения величины конкурса на бюджетные места из двадцати специальностей гуманитарной направленности (рисунок 4).

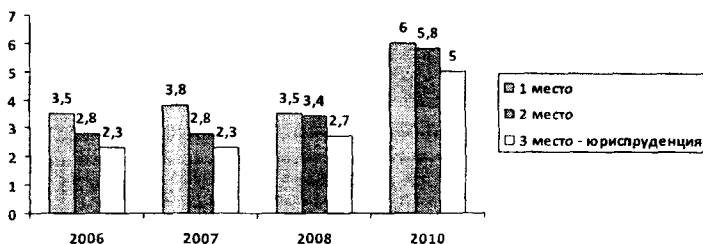


Рисунок 4 – Лидеры конкурсов на бюджетные места в Орловские вузы по гуманитарным специальностям 2006-2008 и 2010 годы, баллы

Как видно из рисунка 4, конкурс на бюджетные места на юридических факультетах в 2006-08 и в 2010 годы, если и не был самым высоким из конкурсов на гуманитарные специальности, однако стабильно занимал третью позицию. В 2009 году по числу претендентов на одно бюджетное место юриспруденция поднялась на второе место (рисунок 5).

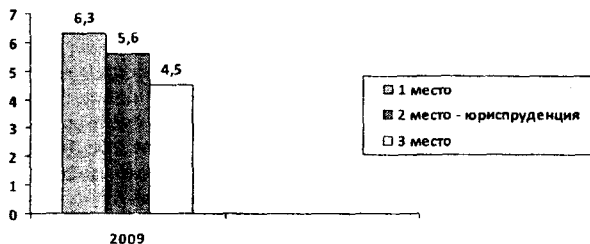


Рисунок 5 – Лидеры конкурса на бюджетные места в Орловские вузы по гуманитарным специальностям в 2009 году, баллы

Исследования социологических центров города Орла

Группа специальностей и направлений подготовки «экономика и управление» выделяется среди других групп подготовки специалистов с высшим образованием своими размерами (по выпуску специалистов - это самая большая группа). Каждый третий выпускник орловских вузов – это экономист (рисунок 6) [1, С. 139].

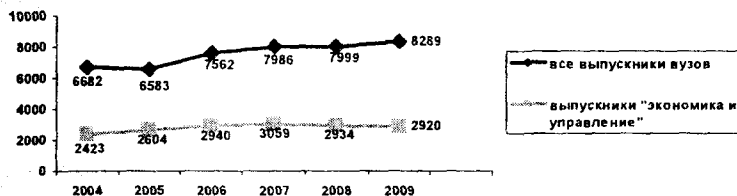


Рисунок 6 – Выпуск специалистов по всем группам специальностей и направлений подготовки и группе «экономика и управление» 2006-2010 годы, человек

Как видно из рисунка 6, наиболее близко кривые подходят друг к другу в 2005-06 и 2006-07 учебных годах, когда доля выпускников экономических специальностей достигала 39,6% и 38,9% соответственно от всего выпуска специалистов с высшим образованием.

Количество студентов всех специальностей (без бакалавров и магистров), принятых на первый курс с 2006 по 2010 год, составило 42011 человек. На начало 2010-11 учебного года по всем направлениям подготовки обучалось 38328 человек. Таким образом, отсев составил 3683 человека или 8,8% (при округлении 9%).

Экстраполировав цифры приема студентов (специалистов и бакалавров) в вузы Орловской области за 2006-10 годы на соответствующий год выпуска с учетом предполагаемого процента отсева, получим прогноз выпуска на 2011-14 годы.

Количество студентов-экономистов (без бакалавров и магистров), принятых на первый курс с 2006 по 2010 год, составило 13851 человек. На начало 2010-11 учебного года по направлению «экономика и управление» обучалось 12788 человек. Таким образом, отсев составил 1063 человека или 7,7%.

Если цифры приема студентов (специалистов и бакалавров) на первый курс за 2006-2010 годы по группе специальностей и направлений подготовки «экономика и управление» [2] экстраполировать на выпуск соответствующего года (с учетом предполагаемого отсева), то соотношение выпускников

Исследования социологических центров города Орла

всех специальностей и выпускников данной группы будет выглядеть следующим образом (рисунок 7).

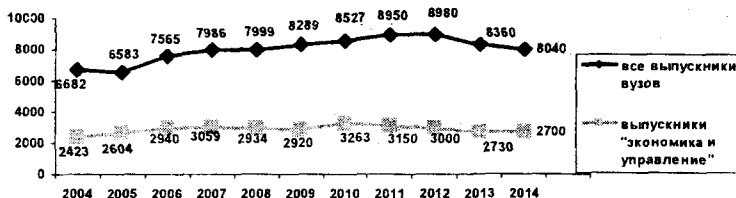


Рисунок 7 – Прогноз выпуска специалистов по всем группам специальностей и направлениям подготовки и группе «экономика и управление» до 2014 года, человек

Как видно на рисунке 7, своего пика выпуск специалистов с высшим экономическим образованием достиг в 2010 году, после чего начинается медленный спад.

Спад численности выпускников-экономистов начинается на два года раньше, чем в целом по всему массиву выпускников. Причем темпы спада с 2012 по 2014 год совпадают – в целом по всему массиву выпускников – 10,5%, по выпускникам-экономистам спад составит 10%.

Более ранний спад выпуска экономистов можно объяснить, как нам кажется, некоторым уменьшением спроса на специальность ввиду переизбытка экономистов.

В целом можно сказать, что спрос на данную специальность, сформировавшись еще в последнем десятилетии двадцатого века, остается стабильно высоким и, возможно, еще долго будет оставаться таковым. Косвенным подтверждением этого могут являться конкурсы на бюджетные места.

Конкурсы на группу специальностей «экономика и управление» достаточно высокие и имеют тенденцию к дальнейшему росту (таблица 2) [2].

На основании данных, зафиксированных в таблице 2, можно выделить по каждому году самые популярные группы специальностей и присвоить им соответствующие места, учитывая величину конкурса на бюджетные места. На первых шести местах в разные годы оказывались одиннадцать из двадцати двух, указанных в таблице 2 специальностей. Распределение мест указано в таблице 3.

Исследования социологических центров города Орла

Таблица 2 – Конкурсы в государственные и муниципальные вузы Орловской области по группам специальностей на бюджетное место (человек)

	2006	2007	2008	2009	2010
Общий конкурс	1,7	1,8	1,83	4,32	4,44
Физико-математические науки	1,4	1,5	1,59	3,75	2,84
Естественные науки	1,2	1,5	1,47	4,18	3,58
Гуманитарные науки (в целом)	1,7	1,7	1,99	3,12	3,18
Юриспруденция	2,3	2,3	2,68	5,63	4,98
Социальные науки	1,7	1,7	1,84	4,04	4,20
Образование и педагогика	1,3	1,4	1,35	1,96	1,97
Здравоохранение	1,9	1,5	1,95	3,63	6,09
Культура и искусство	1,9	1,7	1,63	1,79	1,72
Экономика и управление	1,9	2,3	2,49	11,88	17,14
Сфера обслуживания	3,8	3,4	5,66	8,76	7,31
Сельское и рыбное хозяйство	1,4	1,4	1,2	1,24	1,47
Энергетика, энергетическое машиностроения и электротехника	3,2	2,5	1,65	7,00	3,60
Металлургия, машиностроение и материалобработка	1,7	1,3	1,22	2,88	3,50
Транспортные средства	2,2	2,2	2,74	6,49	6,47
Приборостроение и оптотехника	2,5	2,5	2,40	3,00	2,62
Электронная техника, радиотехника и связь	2,4	2,2	1,42	2,11	1,91
Автоматика и управление	3,9	3,8	2,60	7,72	5,10
Информатика и вычислительная техника	3,1	3,5	2,74	10,82	5,62
Химическая и биотехнологии	-	2,4	2,16	4,03	2,50
Воспроизводство и переработка лесных ресурсов	1,5	1,8	1,12	1,50	1,93
Технология продовольственных продуктов и потребительских товаров	1,7	1,7	1,36	1,74	2,35
Строительство и архитектура	2	2,3	2,34	4,66	5,14
Безопасность жизнедеятельности, природообустройство и защита окружающей среды	2	1,9	1,26	1,93	1,90

Таблица 3 – Места, занятые группами специальностей, по величине конкурса на бюджет в соответствующем году

	2006	2007	2008	2009	2010
Юриспруденция	6	6	3	-	-
Здравоохранение	-	-	-	-	4
Экономика и управление	-	6	5	1	1
Сфера обслуживания	2	3	1	3	2
Энергетика, энергетическое машиностроения и электротехника	3	4	-	5	-
Транспортные средства	-	-	2	6	3
Приборостроение и оптотехника	5	4	6	-	-
Автоматика и управление	1	1	4	4	-
Информатика и вычислительная техника	4	2	2	2	5
Химическая и биотехнологии	-	5	-	-	-
Строительство и архитектура	-	6	-	-	6

Исследования социологических центров города Орла

Для большей наглядности информацию, представленную в таблице 3, можно представить в виде индексов (таблица 4).

Таблица 4 – Индексы конкурсов на бюджетные места 2006-2010 годы по наиболее популярным группам специальностей

Группа специальностей	Индекс
1. Сфера обслуживания	4,8
2. Информатика и вычислительная техника	4
3. Автоматика и управление	3,6
4. Экономика и управление	3
5. Транспортные средства	2
6. Энергетика, энергетическое машиностроение и электротехника	1,8
7. Приборостроение и оптотехника	1,2
8. Юриспруденция	1,6
9. Здравоохранение	0,6
10. Строительство и архитектура	0,4
11. Химическая и биотехнологии	0,4

Как видно из таблицы 4, группа специальностей «экономика и управление» занимает четвертую позицию по величине конкурсов в 2006-10 годах. Это говорит о высокой востребованности данной специальности у орловских абитуриентов, поэтому, по всей видимости, трудно ожидать резкого уменьшения желающих поступать на экономические факультеты Орловских вузов.

На рисунке 8 представлен сравнительный прогноз выпуска двух рассмотренных выше групп специальностей – экономистов и юристов. Рост численности выпускников-экономистов прекратился еще в 2010 году, далее начинается плавный спад. Рост численности выпускников вузов всех специальностей продолжится до 2012 года, рост численности выпускников-юристов продлится до 2013 года, а затем начнется спад.

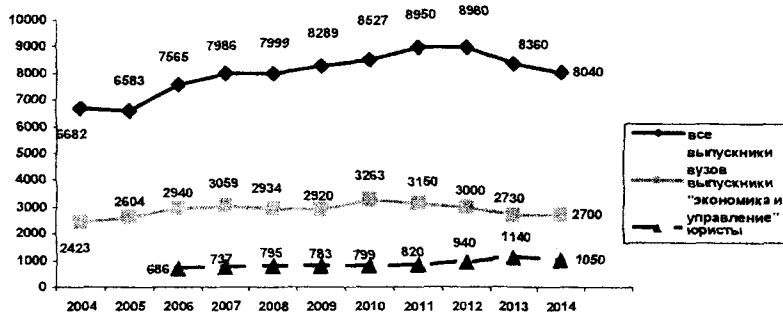


Рисунок 8 – Прогноз выпуска специалистов по всем группам специальностей и направлениям подготовки, групп «экономика и управление» и «юриспруденция» до 2014 года, человек

Исследования социологических центров города Орла

Отмеченное выше обстоятельство, а также увеличивающаяся доля юристов в общем массиве выпускников, говорит об увеличении популярности данной профессии среди орловских абитуриентов в 2006-10 годах (таблица 5).

Таблица 5 – Доля выпускников-экономистов и выпускников-юристов от общего числа выпускников (прогноз), %

Год выпуска	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Выпускники направления «экономика и управление»	36,3	39,6	38,9	38,3	36,7	35,2	38,3	35,2	33,6	32,5	32
Выпускники направления «юриспруденция»	-	-	9,1	9,2	9,9	9,4	9,4	9,2	10,5	13,6	13,1

Выпускники – инженеры

Экономическая модернизация России невозможна без инженерного корпуса, взращиванием которого занимается высшая школа. Сегодня вузы области готовят инженеров по следующим общеинженерным специальностям и направлениям подготовки: «энергетика, энергетическое машиностроение и электротехника», «металлургия, машиностроение и материалобработка», «приборостроение и оптотехника», «электронная техника, радиотехника и связь», «автоматика и управление», «информатика и вычислительная техника».

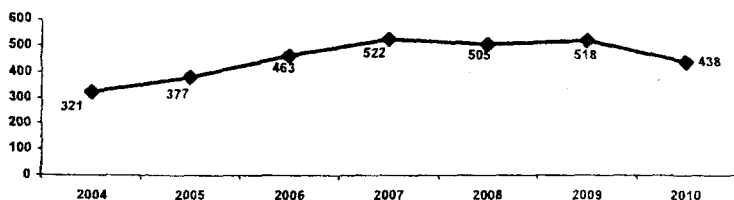


Рисунок 9 – Выпуск специалистов по специальностям инженерной подготовки 2004-2010 годы, человек

Как видно из рисунка 9, в 2005-07 годах наблюдался рост выпуска инженеров, затем он в 2008-2009 годах стабилизируется, а потом начинается спад количества выпускников.

Большинству общеинженерных инженерных специальностей обучают в Госуниверситете – УНПК. В Орловской государственной сельскохозяйственной

Исследования социологических центров города Орла

венной академии производят выпуск по инженерной специальности «Электрификация и автоматизация сельского хозяйства». На рисунке 10 представлено соотношение выпускников-инженеров по данным специальностям.



Рисунок 10 – Выпуск специалистов вузами Орловской области по специальностям инженерной подготовки 2004-2010 годы, человек

Особые группы инженерных специальностей составляют «транспортные средства» и «строительство и архитектура».

Рассмотрим первую из них. Специалистов по данному направлению готовят в трех вузах. Подавляющее большинство выпускников выходят из стен Госуниверситета – ОГАУ и УНПК. В ОГАУ готовят по следующим специальностям: «Механизация сельского хозяйства», «Технология обслуживания и ремонта машин в агропромышленном комплексе». Небольшое количество инженеров для железнодорожного транспорта выпускает Орловский филиал Московского государственного университета путей сообщения (МИИТ).

На рисунке 11 представлено соотношение выпуска инженеров-транспортников Госуниверситета – УНПК и ОГАУ.



Рисунок 11 – Выпуск специалистов вузами Орловской области по специальностям, связанным с эксплуатацией и ремонтом транспортных средств, человек

Сопоставим совокупный выпуск инженеров общих специальностей и инженеров-транспортников по Орловской области за последние пять лет.



Рисунок 12 – Выпуск специалистов вузами Орловской области по специальностям общей инженерной подготовки и транспорт, человек

На рисунке 12 видно, что пик выпуска специалистов общей инженерной подготовки наблюдался в 2007 году. Количество выпускников 2010 года по данным специальностям вернулось на уровень 2006 года. Что касается выпускников-транспортников, то здесь в 2008 году наблюдалось значительное снижение, а затем к 2010 году цифры выпуска сравниваются с показателями 2006 года.

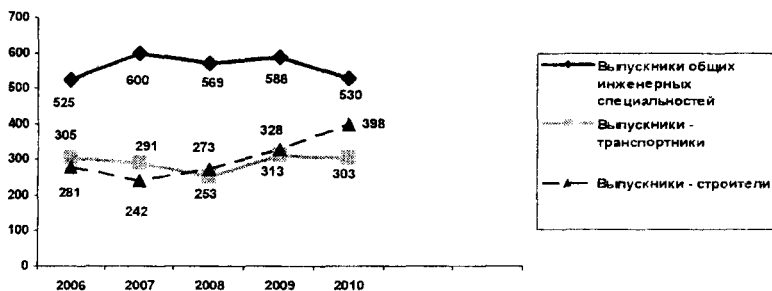


Рисунок 13 – Выпуск специалистов вузами Орловской области по специальностям общей инженерной подготовки, транспорт и строительство, человек

На рисунке 13 видно, что число выпускников инженеров-строителей имеет четкую тенденцию к росту (в отличие от выпуска инженеров общих специальностей подготовки и инженеров-транспортников).

Прогноз выпуска инженеров трех описанных выше направлений рассчитывается по аналогии с прогнозами выпуска юристов и экономистов.

Количество студентов-инженеров общих направлений подготовки (без бакалавров и магистров), принятых на первый курс с 2006 по 2010 год, составило 2990 человек. На начало 2010-11 учебного года по специальностям

Исследования социологических центров города Орла

данного направления обучалось 2358 человек. Таким образом, отсев составил 632 человека или 21,1%.

Количество студентов-инженеров-транспортников (без бакалавров и магистров), принятых на первый курс с 2006 по 2010 год, составило 1833 человека. На начало 2010-11 учебного года по специальностям данного направления обучалось 2358 человек. Таким образом, отсев составил 391 человек или 21,3%.

Количество студентов-инженеров-строителей (без бакалавров и магистров), принятых на первый курс с 2006 по 2010 год, составило 2227 человек. На начало 2010-11 учебного года по специальностям данного направления обучалось 1842 человека. Таким образом, отсев составил 385 человек или 17,3%.

Если цифры приема студентов (специалистов и бакалавров) на первый курс за 2006-2010 годы по группе общих направлений инженерной подготовки, транспорт и строительство [2] экстраполировать на выпуск соответствующего года (с учетом предполагаемого отсева), то соотношение выпускников-инженеров этих специальностей будет выглядеть следующим образом (рисунок 14).



Рисунок 14 – Прогноз выпуска специалистов по специальностям общей инженерной подготовки, транспорт и строительство до 2014 года, человек

Колебания выпуска инженеров трех рассматриваемых направлений достаточно значительны (рисунок 14). К 2014 году число выпускников инженеров-транспортников по сравнению с 2006 годом снизится на 28%. К 2014 году по сравнению с 2006 годом число выпускников общих инженерных специальностей возрастет на 15%. Но наиболее значительный рост произойдет по строительным специальностям – на 35%.

Как видно из таблицы 6, никаких кардинальных изменений по выпускникам всех инженерных специальностей и направлений в ближайшие годы не произойдет. Доля инженеров от всех выпускников вузов составляет приблизительно 15%.

Исследования социологических центров города Орла

Таблица 6 – Доля выпускников по специальностям общей инженерной подготовки, транспорт и строительство до 2014 года от общего числа выпускников (прогноз), %

Год выпуска	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Выпускники направлений общей инженерной подготовки	6,9	7,5	7,1	7	6,2	6,8	6,7	6,6	7,7
Выпускники направления «транспортные средства»	4	3,6	3,2	3,8	3,5	3,9	4	3,1	2,7
Выпускники направления «строительство и архитектура»	3,7	3	3,4	4	4,6	4,5	5,8	5,2	5,3
Итого	14,6	14,1	13,7	14,8	14,3	15,2	16,5	14,9	15,7

Некоторые инженерные специальности имеют высокую степень популярности среди абитуриентов. Так, специальности «Информатика и вычислительная техника» и «Автоматика и управление» занимают второе и третье место соответственно по величине конкурса на бюджетное место. «Транспортные средства», «Энергетика, энергетическое машиностроение и электротехника», «Приборостроение и оплотехника» – пятое, шестое и седьмое места соответственно. «Строительство и архитектура» по уровню конкурса на бюджетное место в 2006-10 года занимает десятую позицию.

Образование и педагогика

Учитель в любом обществе является знаковой фигурой, так как он играет большую роль в социализации подрастающего поколения. Об уровне популярности данной профессии можно в определенной степени судить, рассмотрев динамику численности выпускников данной группы специальностей.

Число выпускников данной группы специальностей при снижении в 2005-2006 годах, остается на протяжении 2004-2010 годов достаточно стабильным и колеблется незначительно.

Количество студентов по специальностям «образование и педагогика» (без бакалавров и магистров), принятых на первый курс с 2006 по 2010 год, составило 4146 человек. На начало 2010-11 учебного года по данному направлению подготовки обучалось 3769 человек. Таким образом, отсев составил 377 человек или 9,1%.

Экстраполировав цифры приема студентов (специалистов и бакалавров) по направлению «образование и педагогика» за 2006-10 годы на соответствующий год выпуска с учетом предполагаемого процента отсева, получим прогноз выпуска на 2011-14 годы.

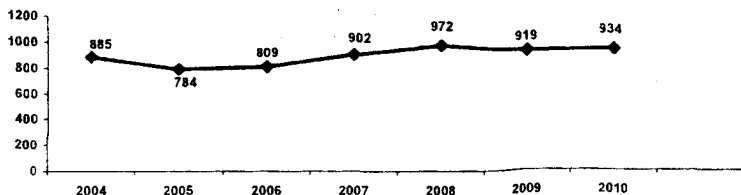


Рисунок 15 – Выпуск специалистов по группе «образование и педагогика», человек

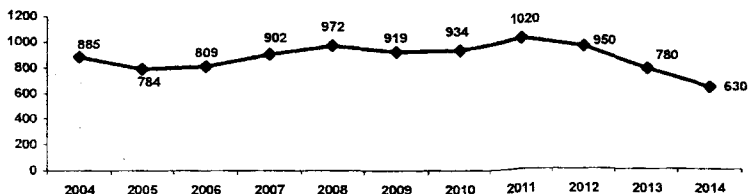


Рисунок 16 – Прогноз выпуска специалистов по специальностям «образование и педагогика» до 2014 года, человек

Итак, прогнозные расчеты численности выпускников до 2014 года показывают, что ожидается резкое снижение количества молодых людей, получающих дипломы по педагогическим специальностям. Это связано как объективными обстоятельствами (падение рождаемости), так и с субъективными причинами – непопулярностью данной специальности у молодежи (низкие зарплаты и престиж профессии учителя, изматывающие нагрузки и т.п.). Косвенным подтверждением данного вывода является тот факт, что на протяжении 2006-2010 годов конкурсы на педагогические специальности являются одними из самых низких.

Доля выпускников специальностей «образование и педагогика» от общей численности выпущенных специалистов представлена в таблице 7. Как видно из таблицы, учителей в общей массе выпускников вуза становится все меньше.

Итак, с 2004 по 2010 годы наблюдался рост численности выпускников вузов Орловской области, как в целом, так и по большинству специальностей.

Каждый третий выпускник вуза на сегодняшний день – представитель направления «экономика и управление». Выпуск специалистов данного направления имеет вид синусоиды с точками максимума в 2007 и 2010 годах.

Исследования социологических центров города Орла

Уменьшение численности выпускников по данной группе незначительно опережает темпы уменьшения численности всего массива выпускников.

Таблица 7 – Доля выпускников по специальностям «образование и педагогика» до 2014 года от общего числа выпускников (прогноз), %

Год выпуска	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Выпускники направлений «образование и педагогика»	13,3	12	10,7	11,5	12,2	11,1	11,4	11,4	10,6	9,3	7,8

Численность выпускников - юристов будет расти до 2013 года. Причем, доля выпускников - юристов будет возрастать как по группе «гуманитарные науки», так и относительно всего массива выпускников. Данная специальность не потеряет своей популярности и в ближайшие годы.

Численность выпускников всех инженерных специальностей также имеет вид синусоиды с точками максимума в 2007 и 2011 годах. Наиболее динамично развивающееся направление инженерной подготовки – «строительство». Наибольшее число выпускников по данной специальности будет в 2012 году.

Наиболее резкий спад выпускников произойдет по педагогическим специальностям, что обусловлено, как объективными, так и субъективными факторами. Причем, начиная с 2012 года, будет значительно уменьшаться и доля выпускников - педагогов в общем массиве выпускников.

Литература

1. Орловская область. 2000-2009: стат. сб./ Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области. – 0 75 Орел, 2010.
2. База данных территориального органа федеральной службы государственной статистики по Орловской области «Распределение численности студентов высших учебных заведений по специальностям 2006-2010 годы».

ТЕХНОЛОГИЯ «ТАЙНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ» – ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ИЗУЧЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

**Ю.С. Мишина, кандидат экономических наук, зав. сектором
Центра социологических исследований Учебно-научно-
исследовательского института социологии и гуманитарных
наук ФГОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК»,
e-mail: SunYu7@yandex.ru**

Высокая степень конкуренции в сфере розничной торговли заставляет владельцев торговых точек искать новые методы привлечения и удержания потребителей. Результаты социологических и маркетинговых исследований показывают, что поведение потребителя во многом определяется не только его внутренними факторами (мотивы, установки, ценности и др.), но и внешними (ролевые и статусные позиции потребителя, его социальное окружение и др.). Одним из внешних факторов, имеющим принципиальное влияние на поведение потребителя на этапах поиска, оценки вариантов и совершения покупки, является поведение обслуживающего персонала в торговом зале. Практика показывает, что некорректное поведение персонала в большинстве случаев оказывает негативное влияние на поведение потребителя, проявляющееся в отказе от совершения покупки в данной торговой точке. Более того, когнитивные процессы протекают таким образом, что личность склонна переносить результат восприятия ситуации на класс объектов, ассоциативно воспринимаемых ею в качестве подобных. Проще говоря, потребитель, получивший негативные впечатления от общения с одним из консультантов торгового зала, с большой долей вероятности перенесёт их на остальных его сотрудников. В результате данный магазин вряд ли будет выбран потребителем для совершения покупки.

Данные обстоятельства, приводящие к потере потенциальных и постоянных потребителей, привели к осознанию руководителями предприятий необходимости проверки качества работы персонала с потребителями. Одним из наиболее популярных инструментов, позволяющих оценить уровень обслуживания на предприятиях розничной торговли, является технология «Mystery Shopping», что в переводе на русский означает «Тайный покупатель». Данная методика появилась более 30 лет назад в США. Её суть заключается в том, что специально обученный персонал посещает конкретные торговые точки для проверки качества услуг, торговли и работы персонала. Этот метод, позволяющий контролировать соблюдение стандартов обслуживания и получать обратную связь от клиентов, признан сегодня наиболее эффективным.

«Тайный покупатель» – это специально проинструктированный, подобранный в соответствии с характеристиками типичного клиента, человек, совершающий те или иные действия, определенные сценарием визита, для оценки качества обслуживания. Как правило, тайные покупатели ведут себя, как обычные – выбирают товары или услуги, общаются с обслуживающим

Исследования социологических центров города Орла

персоналом, консультируются, задают вопросы, совершают покупки. Затем они фиксируют свои оценки и впечатления, подробно описывая все стадии взаимодействия с торговой точкой и сервисным персоналом.

Информация, получаемая в результате такого исследования, помогает выявить недостатки в работе персонала организации – в отношении к потребителю, особенностях построения коммуникативных процессов, знаниях товара или услуги. Собранные тайными покупателями данные служат материалом для подготовки отчета, в котором фирма-заказчик получает объективную, независимую информацию о том, насколько соблюдаются стандарты обслуживания, какие впечатления складываются от посещения торговых точек. Становится намного яснее, почему потребители ведут себя не так, как ожидают менеджеры компании, почему уровень повторных покупок не столь высок или одни продукты продаются успешнее других. Такая информация может использоваться фирмой для понимания своих слабых сторон и улучшения работы.

Метод «Mystery Shopping» позволяет решить следующие задачи:

1. Выявление слабых мест в обслуживании потребителей.
2. Анализ конкурентной среды.
3. Определение факторов материальной и нематериальной мотивации персонала.

4. Повышение лояльности к бренду или продукту компании;

5. Стимулирования сбыта продукции и др.

В результате исследования заказчик получает два вида оценок:

- субъективные (сложность поиска товара или организации, внешний вид персонала, его вежливость, умение использовать данные факторы, влияющие на поведение потенциального потребителя необходимым образом);

- объективные (время ожидания персонала в торговом зале, правильность и полнота предоставленной информации о продукте, правильность оформления сделки и др.).

Исследования по технологии «Тайный покупатель» бывают двух видов. В первом случае они проходят без уведомления сотрудников о проверке и направлены на получение информации о качестве обслуживания. Во втором случае заказчик сообщает персоналу торгового зала о том, что в течение конкретного периода времени будет проходить проверка. Подобное информирование имеет целью стимулирование персонала работать в соответствии с выдвинутыми к ним требованиями. Это позволяет закрепить желательное поведение у сотрудников, поскольку включается механизм саморегулирования умений и навыков, вырабатывается привычка.

Таким образом, технология «Mystery Shopping» является сегодня наиболее эффективным методом изучения и оценки деятельности персонала организации. Полученные результаты исследования позволят повысить качество обслуживания сотрудников торгового зала, стимулировать их «правильное» поведение, получить информацию о работе конкурентов.

Рассмотрим особенности применения данного метода на примере исследования качества обслуживания покупателей в шести книжных магазинах г. Орла, проведенного в мае-июне 2011 года. Результаты посещения оценивались по ряду параметров: «Установление контакта», «Выявление потребности» и «Завершение контакта».

Приведем результаты исследования по каждому из критериев.

При входе клиента в магазин большинство сотрудников занимались решением рабочих вопросов: общались с посетителями, расставляли книги на стеллажах, меняли ценники (рисунок 1).

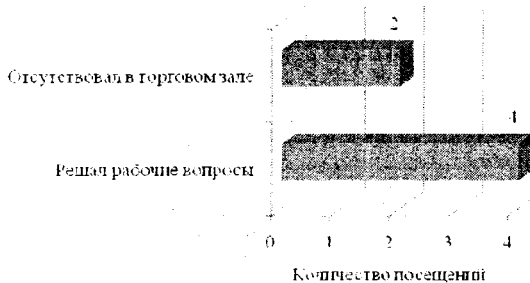


Рисунок 1 – Занятие сотрудника при входе клиента

Во время одного из посещений было замечено, как два консультанта в присутствии клиента покинули торговый зал и не отсутствовали на рабочем месте в течение последующих 15 минут. В процессе общения потребителя с кассиром выяснилось, что сотрудники магазина ушли на обед. Поскольку других консультантов в торговом зале не было, то в данном случае можно говорить о грубом нарушении правил обслуживания потребителей. Данное обстоятельство является недопустимым и ведет к потере потенциальных клиентов.

Представляет интерес одно из посещений магазина, в котором продавец-консультант находилась в кассовой зоне, общаясь с кассиром и не реагируя на присутствие клиентов в торговом зале. Отметим, что обращение «тайного покупателя» к кассиру с просьбой помочь никак не повлияло на поведение указанного сотрудника.

Следующим критерием было время обращения сотрудника к клиенту (рисунок 2).

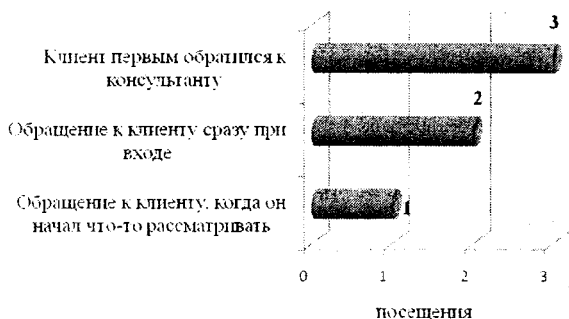


Рисунок 2 – Время обращения сотрудника к клиенту

Результаты исследования показали, что сотрудники торгового зала предпочитают ждать обращения к ним клиентов. Специфика работы книжных магазинов оправдывает такой способ взаимодействия с потребителем, тем не менее, наиболее удачной будет попытка взаимодействия с потребителем в тот момент, когда он рассматривает стеллажи с книгами. Этот момент был выбран сотрудником только в одном посещении из шести.

Обращая внимание на внешний вид сотрудников книжных магазинов, следует отметить отсутствие дресс-кода, тем не менее, в одежде присутствует аккуратность и опрятность. Также в нескольких магазинах у сотрудников отсутствовали бэйджи, вследствие чего их было довольно сложно отличить от посетителей.

Сотрудникам книжных магазинов свойственно выражение доброжелательности по отношению к клиенту, и ее отсутствие является скорее исключением из общей практики – лишь в одном из магазинов при обращении клиента консультант спросил: «Что вы хотели?». Данная фраза прозвучала очень формально, без каких-либо эмоций, что не настраивает потребителя на комфортную беседу. Более того, от формы выражения приветствия сотрудником напрямую зависит первое впечатление потребителя от магазина в целом, влияющее на его дальнейшее поведение в выборе книжного магазина.

Далее «тайным покупателем» было оценено знание сотрудников ассортимента (рисунк 3).

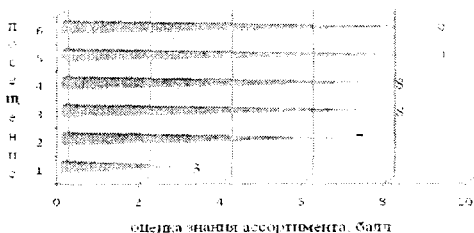


Рисунок 3 – Знание ассортимента продукции

Знание сотрудников магазина ассортимента продукции является очевидным, и в целом по шести магазинам было оценено на 7,3 баллов (по шкале от 1 до 10). В ходе одного из посещений консультант попыталась помочь, но чувствовала её неуверенность в обсуждаемом вопросе. В шестом случае консультант, находившаяся в кассовой зоне, при обращении клиента к кассиру и просьбе посоветовать что-то по конкретной тематике никак не проявила своего присутствия. Кассир сама обратилась к консультанту со словами: «Посоветуешь что-нибудь?», после чего последняя поднялась из-за прилавка со словами: «Я этого не читаю. Могу посоветовать женские романы, фантастику. Это дело вкуса». Подобный способ поведения консультантов является неприемлемым, поскольку со значительной степенью вероятности приведет к потере потенциального потребителя.

На потерю потребителя также может повлиять низкая степень заинтересованности сотрудника в клиенте (рисунк 4).

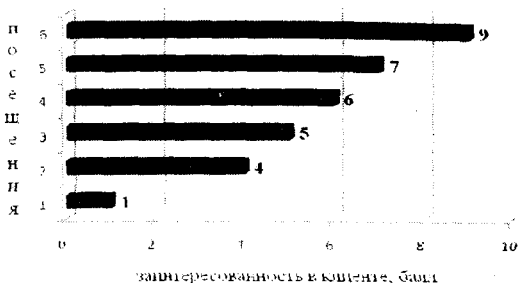


Рисунок 4 – Оценка заинтересованности в клиенте, балл

В книжных магазинах г. Орла данный показатель находится на уровне чуть выше среднего и составляет 5,3 балла. Очень высокая степень заинтересованности в клиенте была отмечена только в одном магазине из шести, что является свидетельством очень низкой культуры обслуживания, поскольку именно этот критерий, определяющий в конечном итоге частоту посещаемости магазина и совершения покупок, является важнейшим для повышения конкурентоспособности организации.

С вышеуказанным показателем связан критерий «Решение запроса клиента». Чем более заинтересованы сотрудники магазина в своем потребителе, тем выше у них мотивация к решению его запроса (рисунок 5).

В целом можно сказать, что сотрудники книжных магазинов ориентированы на верное понимание запросов своих потребителей. Тем не менее, у большинства из них отсутствует желание задавать клиенту уточняющие вопросы. пытаюсь как можно точнее определить его потребность, что, как было показано выше, связано с довольно низкой степенью заинтересованности в клиентах.

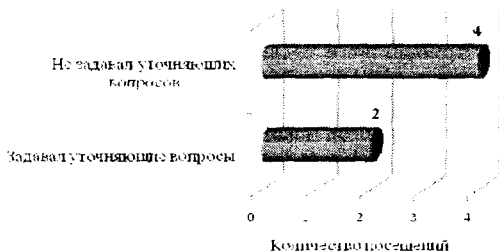


Рисунок 5 – Действия сотрудников, направленные на решение запроса клиента

Говоря о манере общения продавцов с покупателем, можно отметить отсутствие навязчивости, раздраженности и высокомерия со стороны консультантов. Большинство сотрудников вежливы, приветливы и общительны, что, несомненно, способствует формированию благоприятного впечатления

от общения с ними. Лишь при одном посещении, более подробно описанном выше, имело место полное безразличие. Также в качестве положительного момента следует отметить отсутствие жевательной резинки у продавцов, закрытых жестов и слов-паразитов.

Последний критерий, который оценивал «тайный покупатель», – «Завершение контакта» (рисунок 6).

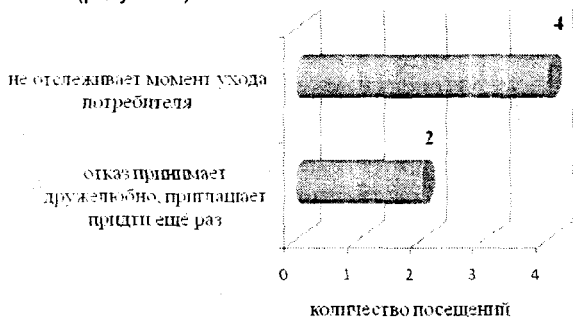


Рисунок 6 – Действия сотрудников на этапе «Завершение контакта»

Как показывают данные рисунка 6, большинство сотрудников не отслеживают момент ухода потребителя из магазина. Обычно это не оказывает негативного влияния на общее восприятие потребителем общения с сотрудником. Тем не менее, стремление консультанта в завершении взаимодействия с потребителем поддерживать благоприятный психологический настрой может логически закрепить положительные впечатления покупателя и, таким образом, стать еще одним моментом, благодаря которому потребитель при очередном посещении выберет данный магазин.

Обобщая результаты проведенного исследования, выделим положительные и отрицательные моменты.

Положительные моменты:

К положительным моментам следует отнести аккуратность внешнего вида сотрудников магазинов, доброжелательное отношение к клиентам, отсутствие, в большинстве случаев, негативных форм поведения (раздражение, навязчивость, грубость, использование слов-паразитов и т.п.). Также следует отметить хорошее, в целом, знание ассортимента и умение быстро определить потребность клиента.

Отрицательные моменты:

Один из негативных моментов присутствовал на этапе установления контакта с потребителем. Совершенно недопустимо отсутствие консультанта в торговом зале. «Тайный покупатель» дважды обращался к кассиру с вопросом: «В вашем магазине есть консультанты?» после 8 (в среднем) минут поиска его в торговом зале. Также консультантам не следует ждать, что клиент обратится к ним первым со своей просьбой. Наиболее оптимальным является момент, когда клиент начинает что-то рассматривать. Вопрос со стороны сотрудника: «Вам помочь?» не является навязчивым и конкретный ответ клиента: «Нет, спасибо» позволит консультанту заниматься своими де-

Исследования социологических центров города Орла

лами дальше. Если рассматривать только навыки продаж, то можно сделать однозначный вывод о том, что продавцы не нацелены на активные продажи и предпочитают работать в режиме «ответ на запрос». Такой стиль работы распространен в книжных магазинах и часто оправдан, так как многие покупатели предпочитают не общение с продавцом, а самостоятельное изучение множества полок с книгами и альбомами. Тем не менее, когда клиент явно находится в затруднительной позиции и нуждается в помощи консультанта необходимо приложить максимум усилий для удовлетворения его потребности.

Несмотря на то, что в четырех из шести магазинов потребность клиента была выявлена, только в двух посещениях сотрудники торгового зала приложили усилия, чтобы как можно полнее узнать о запросе потребителя. Наладив диалог с клиентом, который сам не уверен в своем выборе, и предложив ему альтернативные способы решения его проблем, можно рассчитывать на установление долгосрочных отношений с потребителем, что является приоритетной задачей в деятельности любой организации сферы торговли и услуг.

Также следует сказать, что абсолютно недопустимы высказывания, наподобие: «Я такое не читаю» со стороны консультанта, поскольку любой сотрудник обязан быть профессионалом в сфере своей деятельности. Ведь в этом и заключается суть работы в торговом зале – помогать потребителю удовлетворять его потребность.

Таким образом, результаты исследования книжных магазинов г. Орла говорят о том, что процесс обслуживания потребителей находится на среднем уровне. После взаимодействия с сотрудниками складывается благоприятное впечатление, поскольку манера общения и способности определять запрос клиента находятся на достаточно высоком уровне. Тем не менее, отметим, что сотрудники не заинтересованы в установлении долгосрочных отношений с потребителями, что значительно снижает конкурентоспособности магазина. Учет выявленных недостатков и усиление положительных тенденций позволит повысить качество обслуживания в торговых залах книжных магазинов.

Литература

1. Тайный покупатель, или как все тайное становится явным / <http://www.nicemanager.com/2009/09/20/tajnyj-pokupatel-ili-kak-vse-tajnoe.html>
2. Тайный покупатель / <http://www.znaytovar.ru/s/Tajnyj-pokupatel.html>
3. Технология тайных покупателей / <http://www.dddkursk.ru/number/689/consumer/000593/>
4. Тайный покупатель – инструмент повышения продаж / http://www.marketkom.ru/files/articles/Tajnyj_pokupatel_instrument_povysheniya_prodazh.pdf

О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ РЕЧЕВОГО СОЗНАНИЯ НОСИТЕЛЕЙ СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО ЯЗЫКА

**Б.Г. Бобылев, доктор педагогических наук, профессор,
зав. кафедрой русского языка и педагогики
ФГОУ ВПО «Государственный университет –
учебно-научно-производственный комплекс»,
boris-bobylev@yandex.ru**

**А.А. Мотин, аспирант ФГБОУ ВПО
«Орловский государственный университет»,
aleksandr.motin@gmail.com**

С 16 сентября по 16 ноября 2009 года в рамках ФЦП «Русский язык» проводился I тур IV Всероссийского фестиваля русской речи «Русское слово». В ходе проведения фестиваля на базе Интернет-ресурсов Орловского государственного технического университета был осуществлен мониторинг русской речи по различным языковым аспектам, направленный на выявление особенностей речевого сознания носителей современного русского языка².

В числе респондентов выступали учителя русского языка и литературы, студенты, школьники-старшеклассники и другие категории граждан. Анализ данных опроса осуществлялся в зависимости от региональной, социальной и возрастной принадлежности говорящих.

Социологический опрос проводился на основе специальной анкеты, размещенной на сайте фестиваля «Русское слово» (www.rslowo.ru).

Результаты опроса отражены в серии таблиц. Каждая таблица соответствует одному из вопросов анкеты и отражает данные (в процентах) по следующим параметрам: 1) средний статистический показатель; 2) регион (федеральные округа); 3) социальная группа (учащаяся молодежь; учителя; другие группы населения); 4) возрастная группа (до 16 лет; от 17 до 25 лет; старше 25 лет)³.

Всего было опрошено 2304 человек, в том числе по категориям: школьники – 1331 человек; студенты – 148 человек; учителя-словесники – 573 человек; другие категории населения – 252 человек.

² «Разумеется, подлинные факты речевого сознания не могут быть отождествлены с субъективными оценками говорящих о них; не подлежит, однако, сомнению, что в дополнение к анализу объективных проявлений языка эти факты проливают свет на реальные факты речевого сознания» (Русский язык и советское общество. Морфология и синтаксис современного русского литературного языка. – М.: «Наука», 1968, с. 50).

³ Основание для выделения данных возрастных групп: «До 16 лет» - период формирования ценностных установок личности человека; «С 17 до 25 лет» - период формирования базовых профессиональных компетенций человека; «После 25 лет» - период основной профессиональной деятельности

лами дальше. Если рассматривать только навыки продаж, то можно сделать однозначный вывод о том, что продавцы не нацелены на активные продажи и предпочитают работать в режиме «ответ на запрос». Такой стиль работы распространен в книжных магазинах и часто оправдан, так как многие покупатели предпочитают не общение с продавцом, а самостоятельное изучение множества полок с книгами и альбомами. Тем не менее, когда клиент явно находится в затруднительной позиции и нуждается в помощи консультанта необходимо приложить максимум усилий для удовлетворения его потребности.

Несмотря на то, что в четырех из шести магазинов потребность клиента была выявлена, только в двух посещениях сотрудники торгового зала приложили усилия, чтобы как можно полнее узнать о запросе потребителя. Наладив диалог с клиентом, который сам не уверен в своем выборе, и предложив ему альтернативные способы решения его проблем, можно рассчитывать на установление долгосрочных отношений с потребителем, что является приоритетной задачей в деятельности любой организации сферы торговли и услуг.

Также следует сказать, что абсолютно недопустимы высказывания, наподобие: «Я такое не читаю» со стороны консультанта, поскольку любой сотрудник обязан быть профессионалом в сфере своей деятельности. Ведь в этом и заключается суть работы в торговом зале – помогать потребителю удовлетворять его потребность.

Таким образом, результаты исследования книжных магазинов г. Орла говорят о том, что процесс обслуживания потребителей находится на среднем уровне. После взаимодействия с сотрудниками складывается благоприятное впечатление, поскольку манера общения и способности определять запрос клиента находятся на достаточно высоком уровне. Тем не менее, отметим, что сотрудники не заинтересованы в установлении долгосрочных отношений с потребителями, что значительно снижает уровень конкурентоспособности магазина. Учет выявленных недостатков и усиление положительных тенденций позволит повысить качество обслуживания в торговых залах книжных магазинов.

Литература

1. Тайный покупатель, или как все тайное становится явным / <http://www.nicemanager.com/2009/09/20/tajnyji-pokupatel-ili-kak-vse-tajnoe.html>
2. Тайный покупатель / <http://www.znaytovar.ru/s/Tajnyj-pokupatel.html>
3. Технология тайных покупателей / <http://www.dddkursk.ru/number/689/consumer/000593/>
4. Тайный покупатель – инструмент повышения продаж / http://www.marketkom.ru/files/articles/Tajnyj_pokupatel_instrument_povysheniya_prodzah.pdf

О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ РЕЧЕВОГО СОЗНАНИЯ НОСИТЕЛЕЙ СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО ЯЗЫКА

Б.Г. Бобылев, доктор педагогических наук, профессор,
зав. кафедрой русского языка и педагогики
ФГОУ ВПО «Государственный университет –
учебно-научно-производственный комплекс»,
boris-bobylev@yandex.ru

А.А. Мотин, аспирант ФГБОУ ВПО
«Орловский государственный университет»,
aleksandr.motin@gmail.com

С 16 сентября по 16 ноября 2009 года в рамках ФЦП «Русский язык» проводился I тур IV Всероссийского фестиваля русской речи «Русское слово». В ходе проведения фестиваля на базе Интернет-ресурсов Орловского государственного технического университета был осуществлен мониторинг русской речи по различным языковым аспектам, направленный на выявление особенностей речевого сознания носителей современного русского языка².

В числе респондентов выступали учителя русского языка и литературы, студенты, школьники-старшеклассники и другие категории граждан. Анализ данных опроса осуществлялся в зависимости от региональной, социальной и возрастной принадлежности говорящих.

Социологический опрос проводился на основе специальной анкеты, размещенной на сайте фестиваля «Русское слово» (www.rslovo.ru).

Результаты опроса отражены в серии таблиц. Каждая таблица соответствует одному из вопросов анкеты и отражает данные (в процентах) по следующим параметрам: 1) средний статистический показатель; 2) регион (федеральные округа); 3) социальная группа (учащаяся молодежь; учителя; другие группы населения); 4) возрастная группа (до 16 лет; от 17 до 25 лет; старше 25 лет)³.

Всего было опрошено 2304 человек, в том числе по категориям: школьники – 1331 человек; студенты – 148 человек; учителя-словесники – 573 человек; другие категории населения – 252 человек.

² «Разумеется, подлинные факты речевого сознания не могут быть отождествлены с субъективными оценками говорящих о них; не подлежит, однако, сомнению, что в дополнение к анализу объективных проявлений языка эти факты проливают свет на реальные факты речевого сознания» (Русский язык и советское общество. Морфология и синтаксис современного русского литературного языка – М.: «Наука», 1968, с. 50)

³ Основание для выделения данных возрастных групп: «До 16 лет» - период формирования ценностных установок личности человека; «С 17 до 25 лет» - период формирования базовых профессиональных компетенций человека; «После 25 лет» - период основной профессиональной деятельности

Исследования социологических центров города Орла

Таблица 1 – Оказывает ли Интернет отрицательное влияние на грамотность? (%)

Параметры		Да	Скорее да	Скорее нет	Нет	Затрудняюсь ответить
Средний статистический показатель по всем группам и регионам		15	32	27	23	3
Регионы	Дальневосточный ФО	7	43	29	7	14
	Приволжский ФО	12	32	27	22	7
	Северо-Западный ФО	20	41	15	18	6
	Сибирский ФО	13	29	26	27	5
	Уральский ФО	0	41	23	36	0
	Центральный ФО	12	36	23	27	2
Социальные группы	Южный ФО	19	27	29	22	3
	Учащаяся молодежь	13	25	30	29	3
	Учителя	17	35	22	23	3
	Другие группы населения	13	41	22	23	1
Возрастные группы	До 16 лет	11	24	30	32	3
	От 17 до 25 лет	17	34	29	17	3
	Старше 25 лет	16	34	23	24	3

При ответе на данный вопрос мнения респондентов разделились приблизительно поровну⁴: 47%/50%; 3% затруднились ответить.

Региональный аспект. Здесь выделяются данные по УФО: 41%/79%, а также данные по СЗФО (61%/33%) и ДФО (50%/36%, при 14% затруднившихся ответить). Согласно этим результатам, жители Урала менее склонны видеть в Интернете угрозу для грамотности, чем жители остальных регионов. Напротив, большинство опрошенных жителей Северо-Запада России и Дальнего Востока оценивают влияние Всемирной сети на уровень правописания как отрицательное.

Социальный аспект. Среди представителей учащейся молодежи преобладают те, кто не видит в Интернете угрозы грамотности (59%/38%). Учителя более склонны отрицательно оценивать влияние Интернета на правописание (52%/45%). Это же относится и к категории «Другие группы населения» (54%/47%).

⁴ В большинстве случаев для более компактного и наглядного представления результатов опроса данные, представленные в столбцах «Да» и «Скорее да» (соответственно, «Нет» и «Скорее нет») суммируются, однако, в отдельных случаях при значительной разнице данных вышеуказанных столбцов, приводятся специальные комментарии по поводу выявленных различий.

Исследования социологических центров города Орла

Возрастной аспект. Здесь выделяются данные по группе «До 16 лет»: среди данной категории респондентов только 35% склонны видеть в Интернете угрозу грамотности.

Вопрос 2 – Представляют ли переселенцы из других стран опасность для русского языка? (%)

На поставленный вопрос из числа опрошенных положительно ответили 37%, отрицательно – 58%; 5% затруднились ответить.

Региональный аспект. Менее всего склонны видеть в переселенцах опасность для русского языка представители ДФО (14%/86%). Сравнительно невелико также количество респондентов, отрицательно относящихся к переселенцам в СФО (26%/65%) и УФО (23%/67%). Относительно более высокий процент респондентов, ответивших на данный вопрос положительно, наблюдается в СЗФО (44%/53%).

Социальный аспект. Количество респондентов, ответивших на данный вопрос положительно, является наименьшим в группе «Учителя» (25%/71%).

Возрастной аспект. Выделяются данные по группе «От 17 до 25 лет» (50%/46%). Представители группы «До 16 лет» относятся к переселенцам более толерантно (40%/55%). В группе «Старше 25 лет» наблюдается наименьшее количество респондентов, ответивших на вопрос положительно (29%/67%).

Вопрос 3 – Если в одном классе (одной группе) учатся вместе люди с разными родными языками, как это влияет на обучение всего класса русскому языку? (%)

Большая часть опрошенных не склонна рассматривать обучение в одном классе людей с разными родными языками как фактор, отрицательно влияющий на обучение русскому языку (49%). Обращает на себя внимание относительно высокий процент респондентов, затруднившихся ответить на данный вопрос (16%).

Региональный аспект. Наиболее значительная разница по сравнению со среднестатистическим показателем наблюдается в результатах опроса по ДФО. Среди опрошенных жителей Дальнего Востока только 7% оценивают совместное обучение людей с разными родными языками в одном классе как фактор, негативно влияющий на обучение русскому языку, 57% ответили «никак не влияет», 22% затруднились ответить. Отрицает негативное влияние данного фактора также и большая часть респондентов из ПФО и СЗФО (соответственно, 56% и 61%).

Социальный аспект. Среди респондентов категории «Другие группы населения» наблюдается меньший процент лиц, которые склонны оценивать влияние рассматриваемого фактора как положительное (12% при среднем статистическом показателе 17%), тогда как вариант «Затрудняюсь ответить» выбрало 24% представителей этой группы.

Возрастной аспект. В числе опрошенных представителей группы «От 17 до 25 лет» наблюдается относительно большее количество лиц, рас-

Исследования социологических центров города Орла

смастривающих обучение в одном классе людей с разными родными языками как отрицательный фактор (24% при среднем показателе 18%).

Вопрос 4 – Какой вопрос Вы считаете для себя самым сложным?

Наиболее сложным для представителей всех групп респондентов представляется вопрос «Какое ударение истинно верное» – 36%. На втором месте по сложности стоит вопрос «Где поставить знак препинания» (13%), на третьем – «Какое слово или выражение употребить» (11%), на четвертом – «Какую грамматическую форму выбрать» (9%), на пятом – «Как правильно написать слово» (7%). Меньше всего затруднений вызывает вопрос «Как правильно построить предложение».

Региональный аспект. Значительные отклонения от средних статистических показателей наблюдаются по ДФО: «Какое ударение верное» - 50% (средний показатель 36%), «Какое слово или выражение употребить» – 29% (средний показатель 11%), «Какую грамматическую форму выбрать» – 14% (средний показатель 9%), «Где поставить знак препинания» – 7% (средний показатель 13%), «Как правильно написать слово» – 0%, «Как правильно построить предложение» – 0%. Определенным своеобразием отличаются также ответы УФО: «Какое ударение верное» – 27%, «Где поставить знак препинания» – 23%, «Какое слово или выражение употребить» - 18%, «Какую грамматическую форму выбрать» – 5%, «Как правильно написать слово» - 9%, «Как правильно построить предложение» - 0%.

Социальный аспект. Для учащейся молодежи, а также для категории респондентов «Другие группы населения» сравнительно большую трудность представляет вопрос «Где поставить знак препинания» – соответственно, 17% и 19% (средний показатель 13%; «Учителя» – 2%). Данные мониторинга свидетельствуют, что значительная часть учителей не считает вопросы культуры речи сложными для себя: 25% в данной категории выбрали вариант «затрудняюсь ответить».

Возрастной аспект. Результаты опроса свидетельствуют, что у респондентов группы «до 16 лет» сравнительно большую трудность вызывает овладение орфографией. Респонденты группы «от 17 до 25 лет» в числе наиболее сложных вопросов отмечают выбор грамматической формы. Для респондентов группы «старше 25 лет» относительно более сложным оказывается вопрос «Какое ударение истинно верное».

Вопрос 5 – К каким источникам Вы предпочитаете обращаться при возникновении вопросов по русскому языку и культуре речи?

Как свидетельствуют данные мониторинга, большинство респондентов при возникновении вопросов по русскому языку и культуре речи предпочитают обращаться к опубликованным словарям, справочникам и грамматикам (67%). К Интернету в этом случае предпочитают обращаться 17% опрошенных, к мнению специалистов – 14%.

Региональный аспект. Наибольшее доверие к поисковым системам Интернета проявляют жители СЗФО – 30%, несколько выше среднего показателя количество обращающихся к поисковым системам среди респонден-

Исследования социологических центров города Орла

тов ЦФО – 22%. Относительно большую приверженность к печатным источникам демонстрируют респонденты ДФО и ЮФО (соответственно, 27% и 71%). Жители УФО склонны больше, чем жители других регионов, доверять мнению специалистов (23%) и в гораздо меньшей степени руководствуются данными поисковых систем (9%).

Социальный аспект. Учащаяся молодежь, согласно данным опроса, обращается к поисковым системам Интернета намного чаще, чем учителя (соответственно, 22% и 6%). Также значительным доверием у студентов и школьников пользуются специалисты (18%). Учителя доверяют специалистам в гораздо в меньшей степени (3%). Самый высокий уровень доверия ко мнению специалистов демонстрируют другие группы населения (21%).

Возрастной аспект. Наиболее активно к поисковым системам Интернета обращаются респонденты группы «От 17 до 25 лет» (26%), значительно реже респонденты группы «Старше 25 лет» - 11%. Представители группы «До 16 лет» склонны чаще обращаться к специалистам, чем представители других возрастных групп (соответственно, 20%, 11%, 9%).

Таблица 2 – Считаете ли вы допустимым употребление «Г фрикативного» [гх] в разговорной непринужденной речи?

Параметры		Да	Скорее да	Скорее нет	Нет	Затрудняюсь ответить
Средний статистический показатель по всем группам и регионам		6	12	29	39	14
Регионы	Дальневосточный	0	14	29	50	7
	Приволжский	7	10	28	33	22
	Северо-западный	6	18	44	24	8
	Сибирский	7	9	26	38	20
	Уральский	14	18	32	27	9
	Центральный	3	10	30	42	15
Соц. группы	Южный	1	14	32	39	14
	Учащаяся молодежь	6	11	26	35	22
	Учителя	7	13	33	46	1
	Другие группы населения	4	15	36	38	7
Возр. группы	До 16 лет	7	8	26	35	24
	От 17 до 25 лет	4	22	29	36	9
	Старше 25 лет	6	14	34	43	3

Отрицательно относятся к употреблению «Г фрикативного» 68% опрошенных.

Региональный аспект. Самый высокий процент респондентов, отрицательно относящихся к диалектному произношению, наблюдается в ДФО (79%). Наиболее терпимо к произношению «Г фрикативного» относятся в УФО: ответы «да» и «скорее да» выбрали в совокупности 32% жителей Урала (суммарный средний показатель 18%).

Социальный аспект. Среди учащейся молодежи относительно высок процент тех, кто затруднился ответить на поставленный вопрос (22%). Учителя демонстрируют гораздо более высокий уровень уверенности (отказ от ответа – 1%), при этом у данной группы респондентов более ярко выражено отрицательное отношение к употреблению диалектного варианта, чем у остальных групп респондентов (33% - «нет» и 46% - «скорее нет»).

Возрастной аспект. Относительно терпимое отношение к употреблению «Г фрикативного» демонстрируют респонденты группы «От 17 до 25 лет» (допустимым подобное произношение считают 26%) опрошенных молодых людей. Менее склонны мириться с данной произносительной особенностью представители группы «Старше 25 лет» (20%).

Вопрос 7 – Какой гласный звук Вы произносите в слове ЖЕЛЧЬ?

Результаты мониторинга по указанным вопросам свидетельствуют о существовании тенденции к полному вытеснению традиционного варианта произношения слова «желчь» «орфографическим вариантом»: 90% респондентов отдали предпочтение звуку [Э].

Региональный аспект. Вариант [О] используют в своей речи 24% респондентов ДФО, 19% ЮФО, 14% УФО. Что отчасти может свидетельствовать о большем распространении среди жителей данных регионов представления об устойчивом, неизменяемом характере литературной нормы.

Социальный аспект. Процент употребительности варианта [О] оказывается самым высоким среди представителей категории «Учителя» (16%), самым низким – среди респондентов категории «Другие группы населения».

Возрастной аспект. Здесь наиболее показательным является сокращение процента употребительности варианта [О] по мере уменьшения возраста респондентов: «Старше 25 лет» - 13%, «От 17 до 25 лет» - 11%, «До 16 лет» - 7%.

Вопрос 8 – Как Вы произносите грамматическую форму ЗВОНИТ?

Подавляющее число респондентов (86%) отдало предпочтение нормативному варианту (произношению грамматической формы «звонит» с ударением на втором слоге).

Региональный аспект. Количество опрошенных, выбравших нормативный вариант, по ДФО превышает средний статистический показатель на 7% (93%), при этом в данной категории респондентов полностью отсутствуют лица, которые колеблются в выборе варианта. Среди участников опроса по СФО относительно высок процент лиц, выбравших ненормативный вариант (16%, при среднем показателе 7%). Несколько превышают среднее значение соответствующие показатели по СЗФО (11%) и ЮФО (10%).

Социальный аспект. Количество респондентов, выбравших нормативный вариант, значительно превышает средний статистический показатель по категории «Учителя» (97%). Данные по другим социальным группам демонстрируют менее устойчивую тенденцию к соблюдению нормы.

Возрастной аспект. Результаты опроса дают основания говорить о поступательном нарастании тенденции к вытеснению традиционного вари-

Исследования социологических центров города Орла

анта произношения из речи юного поколения. Так, 12% респондентов категории «До 16 лет» произносят форму «звонит» с ударением на первом слоге, 10% представителей этой группы склонны к колебаниям в выборе ударения.

Вопрос 9 – Как Вы произносите сочетание букв ЧН в слове ПОРЯДОЧНО?

Анализ приведенных результатов свидетельствует о сохранении параллельного использования «московского» варианта произношения [ШН] и «орфографического» варианта [ЧН] в речи всех опрошенных групп населения при некотором преобладании первого из указанных вариантов (соответственно, 47% и 36%).

Региональный аспект. Наибольшую приверженность «московскому» варианту [ШН] демонстрируют жители УФО (64%), ДФО (57%), ЮФО (54%). Жители СЗФО отдают решительное предпочтение варианту [ЧН] – 56%, что может быть объяснено влиянием традиции петербургского произношения, ориентирующегося на написание.

Социальный аспект. Здесь выделяются показатели по категории «Другие группы населения», отражающие преобладание варианта [ЧН] над вариантом [ШН] – соответственно, 42% и 36%. Преподаватели и учащаяся молодежь отдают предпочтение московскому варианту произношения.

Возрастной аспект. Данные свидетельствуют о том, что респонденты категории «Старше 25 лет» более склонны выбирать вариант [ШН] по сравнению с двумя остальными возрастными категориями.

Вопрос 10 – Считаете ли Вы нормой грамматическую форму родительного падежа множественного числа существительного АПЕЛЬСИН с нулевым окончанием («килограмм апельсин»)?

Результаты опроса демонстрируют общую тенденцию к строгому соблюдению морфологической нормы. Произношение словоформы «апельсин» родительного падежа множественного числа с нулевым окончанием признает ненормативным 72% опрошенных.

Региональный аспект. Следует отметить относительно большое количество респондентов, давших отрицательный ответ на поставленный вопрос, в ДФО (86%), ПФО (76%) и ЮФО (76%). Менее склонны оценивать словоформу «апельсин» как ненормативную респонденты УФО (55%) при значительном количестве лиц, выбравших вариант «Затрудняюсь ответить» (18%).

Социальный аспект. Обращает на себя внимание разница показателей по группам «Учащаяся молодежь» и «Учителя». По первой из указанных групп процент респондентов, которые дали положительный ответ на поставленный вопрос (т.е. признают словоформу «апельсин» нормативной), превышает соответствующее количество респондентов из второй группы более чем в 2 раза (соответственно, 12% и 25%).

Возрастной аспект. Существенное различие наблюдается между данными по категории «Старше 25 лет» и данными по остальным категориям. Так, процент респондентов, ответивших отрицательно на поставленный вопрос, по этой категории составляет 82%, по двум другим – 65% и 62%.

Таблица 3 – Считаете ли Вы правильным словосочетание ПАРА МИ-НУТ? (%)

Параметры		Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Средний статистический показатель по всем группам и регионам		55	35	10
Регионы	Дальневосточный ФО	21	59	29
	Приволжский ФО	58	33	9
	Северо-западный ФО	62	27	11
	Сибирский ФО	56	32	12
	Уральский ФО	55	41	4
	Центральный ФО	65	28	7
	Южный ФО	54	41	5
Соц. группы	Учащаяся молодежь	62	30	8
	Учителя	39	49	12
	Другие группы населения	55	29	16
Возр. группы	До 16 лет	62	30	8
	От 17 до 25 лет	67	27	6
	Старше 25 лет	45	42	13

Большая часть опрошенных (55%) склонна считать словосочетание «пара минут» правильным (соответствующим норме).

Региональный аспект. Отрицательную оценку словосочетанию «пара минут» дает преобладающее число респондентов ДФО (59%). Наиболее высокий процент респондентов, положительно оценивающих данное словосочетание, наблюдается в ЦФО и СЗФО (62%)

Социальный аспект. Отметим высокий процент респондентов, положительно ответивших на данный вопрос в категориях «Учащаяся молодежь» и «Другие группы населения», при этом в последней группе обращает на себя внимание большое количество лиц, выбравших вариант «Затрудняюсь ответить» (16%). Учителя более склонны оценивать словосочетание «пара минут» как ненормативное (39% / 49%).

Возрастной аспект. Приведенные результаты демонстрируют положительное отношение юных и молодых участников опроса к употреблению словосочетания «пара минут». Наиболее высок процент респондентов, ответивших на представленный вопрос «да» в группе «От 17 до 25 лет», что можно в какой-то степени объяснить влиянием студенческого сленга.

Вопрос 12 – Считаете ли Вы допустимым употребление оборота СОГЛАСНО ПРИКАЗА?

Соотношение положительных и отрицательных ответов составляет 22%/74% при 4% затруднившихся ответить.

Региональный аспект. Наиболее отрицательно к употреблению оборота «Согласно приказа» относятся представители ДФО (14%/86%), СЗФО

Исследования социологических центров города Орла

(14%/83%), ПФО (17%/80%). Менее склонны отрицать допустимость употребления данного оборота представители УФО (32%/63%).

Социальный аспект. Здесь выделяются данные в строке «Другие группы населения»: респонденты данной категории склонны более терпимо относиться к употреблению оборота «Согласно приказа» (35%/62%).

Возрастной аспект. Юные участники опроса (группа «До 16 лет») склонны к меньшей категоричности в отрицании правомерности употребления оборота «Согласно приказа» (21%/63%). В качестве причины этого можно предположить отсутствие у школьников достаточного опыта знакомства с деловой речью и ее нормами.

Вопрос 13 – Как Вы относитесь к употреблению междометия ВАУ (при выражении восторга)?

Положительное отношение к употреблению варваризма продемонстрировало 33% опрошенных, отрицательно оценивают этот факт 57%.

Региональный аспект. Наиболее активно неприятие иноязычного междометия демонстрируют жители ДФО (14%/86%) и ЮФО (26%/66%), более терпимы к речевому новшеству жители ЦФО (39%/47%) и ПФО (38%/51%). Обращает также на себя внимание относительно больший процент респондентов ЦФО и СЗФО, выбравших вариант «Затрудняюсь ответить» (соответственно, 14% и 15% при среднем показателе 10%).

Социальный аспект. Данные опроса респондентов категорий «Учащаяся молодежь» и «Учителя» имеют контрастный характер, соответственно: 49%/41% и 8%/83%. Достаточно негативное отношение к модному варваризму демонстрируют представители категории «Другие группы населения» (20%/79%).

Возрастной аспект. Здесь достаточно наглядно проявляется тенденция к увеличению количества респондентов, выразивших отрицательное отношение к иноязычному междометию, от младшей возрастной группы к старшей, соответственно: 50%/40%; 42%/44%; 12%/79%.

Вопрос 14 – Какую форму числа сказуемого Вы употребите в предложении: ЕЩЕ НЕДАВНО БОЛЬШИНСТВО ПРЕДСТАВЛЕННЫХ НА КОНФЕРЕНЦИИ СТРАН НЕ ИМЕЛИ (НЕ ИМЕЛО) ВОЗМОЖНОСТИ УЧАСТВОВАТЬ В ТАКОМ ФОРУМЕ?

Большинство респондентов (58%) отдают предпочтение грамматическому согласованию подлежащего, выраженного сочетанием собирательного существительного «большинство» с существительным в родительном падеже, имеющем при себе распространенное определение. Вместе с тем, обращает на себя внимание значительный процент респондентов, выбравших согласование по смыслу (39%). В частотно-стилистическом словаре «Грамматическая правильность русской речи»⁵, составленном по материалам газет 1968-1972 гг., процентное соотношение между примерами, отражающими эти виды согласования, выглядит следующим образом: 67%/33%. Таким

⁵ Граудина Л.К., Ицкович В.А., Катлинская Л.П., Грамматическая правильность русской речи. Опыт частотно-стилистического словаря вариантов – М.: Наука, 1976

Исследования социологических центров города Орла

образом, данные проведенного опроса подтверждают выводы о нарастании тенденции к семантическому согласованию в синтаксических конструкциях рассматриваемого типа.

Региональный аспект. Вариант согласования по грамматическому признаку («не имело») выбрало 68% респондентов СФО и 67% респондентов СЗФО, что значительно выше среднего показателя (58%) и приближается к данным словаря «Грамматическая правильность русской речи». Напротив, опрошенные представители УФО, ЦФО, ЮФО отдают предпочтение варианту согласования по семантическому признаку (соответственно, 43%/52% и 43%/53%). Данные по УФО демонстрируют полное равенство показателей (50%/50%).

Социальный аспект. Результаты опроса учителей почти полностью совпадают с данными словаря «Грамматическая правильность русской речи» (68%/31%) при одном проценте затруднившихся ответить. Контрастные результаты дал опрос учащейся молодежи, где данное соотношение выглядит следующим образом: 52%/44% при четырех процентах затруднившихся ответить.

Возрастной аспект. Представители старшей возрастной группы согласно итогам опроса в значительно большей степени, чем юные и молодые участники фестиваля, отдают предпочтение варианту согласования по грамматическому признаку (разница составляет до 15%).

Вопрос 15 – Представляет ли опасность для русского языка активное заимствование иноязычной лексики?

Соотношение между теми, кто считает активное заимствование иноязычной лексики опасным для русского языка, и теми, кто опасности в данном явлении не видит, составляет 66%/31% (3% затрудняются ответить).

Региональный аспект. Здесь выделяются данные по ДФО (86%/14%) и СЗФО (60%/37%; 3% затрудняются ответить).

Социальный аспект. Составляют контраст данные опроса учителей и учащихся: соответственно, 75%/25% и 63%/33% (4% затрудняются ответить).

Возрастной аспект. Здесь обращает на себя внимание преобладание ответов «скорее да» (44%) по группе респондентов «Старше 25 лет». Представители старшей группы опрошенных склонны в большей степени рассматривать активное заимствование иноязычной лексики как опасное для русского языка (71%/27%; 2% затрудняются ответить). По категории «До 16 лет»: 62%/34%; 4% затрудняются ответить.

Вопрос 16 – Допустимо ли использование отдельных слов из молодежного сленга в речи учителей и преподавателей?

Большая часть опрошенных (69%) отвечает на поставленный вопрос отрицательно. Допускают употребление элементов молодежного сленга в речи преподавателей 29% респондентов, 2% затрудняются ответить.

Региональный аспект. Заметно отличаются от среднестатистической величины показатели по ДФО (86%/14%).

Исследования социологических центров города Орла

Данные опроса по социальным и возрастным группам характеризуются относительной однородностью.

Вопрос 17 – Считаете ли Вы употребление нецензурных выражений в качестве междометий и слов-паразитов самой большой угрозой для культуры речи?

Общее соотношение между положительными и отрицательными ответами на данный вопрос составляет 87%/12%; 1% респондентов затрудняется ответить.

Региональный аспект. Среди респондентов ДФО полностью отсутствуют лица, ответившие на поставленный вопрос отрицательно. Более терпимо к употреблению нецензурной лексики согласно данным опроса относятся жители СЗФО (26%) и ЦФО (18%).

Социальный аспект. Некоторая разница наблюдается в ответах представителей групп «Учащаяся молодежь» и «Учителя». В первом случае соотношение положительных и отрицательных ответов составляет 83%/15%, во втором 92%/8%.

Возрастной аспект. Здесь можно обратить внимание на несколько более терпимое отношение к употреблению нецензурной лексики со стороны представителей групп «До 16 лет» и «От 17 до 25 лет». В первой группе количество респондентов, не склонных видеть в употреблении нецензурной лексики опасности для культуры речи, составляет 14%, во второй 17%. Среди респондентов старшей возрастной группы терпимое отношение к употреблению нецензурной лексики проявляют только 9%.

Таблица 4 – Возникают ли у Вас трудности при употреблении метафорических (образных) слов и выражений в речи? (%)

Параметры		Да	Скорее да	Скорее нет	Нет	Затрудняюсь ответить
Средний статистический показатель по всем группам и регионам		5	14	37	38	6
Регионы	Дальневосточный ФО	7	21	7	58	7
	Приволжский ФО	6	15	36	36	7
	Северо-западный ФО	1	9	32	52	6
	Сибирский ФО	4	5	35	49	7
	Уральский ФО	8	5	32	55	0
	Центральный ФО	1	15	40	38	6
	Южный ФО	2	5	39	50	4
Соц. группы	Учащаяся молодежь	6	17	35	34	8
	Учителя	3	9	38	49	1
	Другие группы населения	6	10	42	37	5
Возр. группы	До 16 лет	7	16	36	32	9
	От 17 до 25 лет	2	22	32	41	3
	Старше 25 лет	4	10	39	45	2

Результаты опроса свидетельствуют о сравнительно невысоком уровне речевой рефлексии респондентов, не склонных испытывать «муки слова» при выборе образных выражений в речи. Положительно на поставленный вопрос ответило всего 19% опрошенных.

Региональный аспект. От средних статистических показателей несколько отличаются результаты по ДФО (28% положительных ответов) и СФО (9% положительных ответов).

Социальный аспект. Учащаяся молодежь согласно данным опроса испытывает несколько большие трудности при выборе метафорических выражений по сравнению с учителями и преподавателями. Положительный ответ на поставленный вопрос дали 23% из числа опрошенных учащихся и 12% из числа опрошенных учителей.

Возрастной аспект. Наибольшие трудности при употреблении метафорических слов в речи испытывают согласно данным опроса представители группы «От 17 до 25 лет» (24%), что свидетельствует об относительно более высоком уровне речевой рефлексии и самокритичности у представителей молодого поколения.

Вопрос 19 – Можно ли считать неграмотным выражение В ЭПИЦЕНТРЕ СОБЫТИЙ?

Рассматриваемое словосочетание возникло в результате расширения состава устойчивого выражения «в центре событий» и со строго нормативной пуристической точки зрения может рассматриваться как речевая ошибка. Однако здесь присутствует сознательная установка на создание эффекта гиперболы. При этом широкая употребительность данного «речевого гибрида» в СМИ приближает его к разряду клишированных метафор, к публицистическим штампам. Неграмотным указанное выражение склонны считать только 24% опрошенных, таким образом, большинство респондентов не видят в его использовании отступления от нормы.

Региональный аспект. Выделяются результаты по ДФО: здесь неграмотным выражение «в эпицентре событий» склонно считать 50% опрошенных. Самое терпимое отношение к употреблению данного оборота проявляют жители ЦФО: положительно на поставленный вопрос ответило только 18% респондентов, что на 6% ниже среднего показателя.

Социальный аспект. Среди учителей количество респондентов, оценивающих приведенное выражение как неграмотное, составляет 27%, что несколько выше среднестатистического показателя. Учащаяся молодежь относится к употреблению данного выражения наиболее терпимо: положительный ответ на поставленный вопрос из этой категории респондентов дали только 18%.

Возрастной аспект. Согласно итогам опроса наименее строго к употреблению оборота «в эпицентре событий» относятся представители категории «От 17 до 25 лет»: неграмотным его считают только 15% респондентов этой группы. В старшей группе этот показатель существенно выше – 33%.

Исследования социологических центров города Орла

Вопрос 20 – Имеет ли писатель право нарушать литературную норму?

Мнения респондентов при ответе на данный вопрос разделились почти поровну: 47%/49%; 4% опрошенных затрудняются ответить.

Региональный аспект. Более склонны признать за писателями право на творческую свободу жители ПФО (54%) и СЗФО (56%).

Социальный аспект. Здесь выделяются данные по строке «Другие группы населения». Признать за писателем право нарушать литературную норму здесь согласен только 31% опрошенных.

Возрастной аспект. Укажем на разницу показателей по строкам «До 16 лет» и «Старше 25 лет». В первом случае соотношение положительных и отрицательных ответов составляет 52%/45%; 5% затрудняются ответить. Во втором – 42%/53%; 5% – затрудняются ответить.

Вопрос 21 – Есть ли, по Вашему мнению, подтекст в словосочетании: «Всякое бывает»?

Большая часть опрошенных отвечает на поставленный вопрос положительно (69%). Вместе с тем обращает на себя внимание значительное количество респондентов, которые затрудняются ответить (12%).

Региональный аспект. Здесь можно отметить ответы респондентов СФО: количество положительных ответов 75%, по остальным федеральным округам наблюдается сравнительно однородная картина.

Социальный аспект. Следует указать на отличие результатов опроса по социальным категориям «Учащаяся молодежь» (57% положительных ответов) и «Учителя» (80% положительных ответов), что говорит об относительно меньшей степени развития способности определять подтекст высказывания у студентов и школьников.

Возрастной аспект. Сопоставление данных опроса может дать основания для вывода о том, что способность определять подтекст высказывания развивается по мере взросления человека и приобретения им жизненного опыта. Так, из респондентов группы «До 16 лет» положительный ответ на вопрос дали 55%, в группе «От 17 до 25 лет» – 69%, в группе «старше 25 лет» 75%.

Проведенный анализ позволил выявить следующую специфику употребления отдельных компонентов речи в зависимости от региональной, социальной и возрастной принадлежности говорящих.

Фонетические компоненты. Наибольшую трудность у значительной части участников фестиваля вызывает выбор правильного ударения, на это указали 36% опрошенных. Подавляющее число респондентов высказывается за сохранение традиционных сложившихся норм ударения. В частности, 86% опрошенных отдала предпочтение нормативному произношению формы «звонит» с ударением на втором слоге. Однако результаты опроса дают основания говорить о поступательном нарастании тенденции к вытеснению традиционного варианта произношения из речи юного поколения. Так, 12% респондентов категории «До 16 лет» произносят форму «звонит» с ударением на первом слоге, 10% представителей этой группы склонны к колебаниям в выборе ударения. Отрицательно относится большинство респондентов к

элементам диалектного произношения. На недопустимость употребления «Г фрикативного» даже в непринужденной разговорной речи указало 68% опрошенных. Данные опроса свидетельствуют о том, что ориентация на написание слова оказывается решающим фактором при выборе произносительного варианта. Так, 90% процентов респондентов отдали предпочтение произношению слова «желчь» со звуком [Э]. Преобладание орфографической тенденции проявляется и в данных по произношению сочетания букв [ЧН] в слове «порядочно». При этом анализ данных по возрастным группам свидетельствует, что количество респондентов, отдающих предпочтение варианту [ЧН] (по сравнению с вариантом [ШН]), увеличивается прямо пропорционально уменьшению возраста опрошенных.

Лексические компоненты. На трудности, испытываемые в связи с выбором слова, указывает 11% респондентов. При этом процент учителей, считающих этот вопрос сложным для себя, несколько ниже по сравнению с данными по остальным категориям опрошенных. Значительная часть участников фестиваля (66% опрошенных) видит в активном заимствовании иноязычной лексики опасность для русского языка. Наиболее негативно к этому процессу относятся жители ДФО и СЗФО. Отрицательно относится большинство участников опроса к употреблению жаргонизмов в речи преподавателей. На вопрос «Считаете ли Вы употребление нецензурных выражений в качестве междометий и слов-паразитов самой большой угрозой для культуры речи?» 65% респондентов ответило «да», 22% - «скорее да», 7% - «нет», 5% - «скорее нет», 1% - «затрудняюсь ответить». Более терпимо к употреблению нецензурных выражений относятся жители ЦФО и СЗФО. Среди опрошенных представителей молодого поколения процент лиц, которые не видят в этом явлении опасности для культуры речи несколько выше по сравнению с другими категориями респондентов. Значительной разнородностью отличаются результаты опроса по оценке степени допустимости употребления междометия «вау». Наиболее активное неприятие иноязычного междометия демонстрируют жители ДФО и ЮФО. Более терпимы к данному речевому явлению жители ЦФО и ПФО. Весьма существенная разница результатов ответа на данный вопрос анкеты наблюдается в социальном и возрастном аспектах. Показательным является рост процента респондентов, выражающих положительное отношение к модному варваризму по мере уменьшения возраста опрашиваемых: «Старше 25 лет» – 12%, «От 17 до 25 лет» - 42%, «До 16 лет – 50%».

Грамматические (морфологические) компоненты. Затруднения с использованием вариантов грамматических форм согласно собственной оценке испытывает только 9% опрошенных. В региональном аспекте по этому показателю выделяются результаты опроса представителей ДФО (14%), в возрастном аспекте – данные по категории «От 16 до 25 лет» (16%). Вместе с тем, как показывает анализ данных таблиц, в которых отражены результаты опроса по отдельным аспектам грамматических (морфологических) норм, положительная самооценка респондентов в ряде случаев расходится с действительным состоянием дел. Так, например, большая часть опрошенных (55%) признала правильным употребление числительного «пара» по отношению к непарному предмету («пара минут»). В региональном аспекте

Исследования социологических центров города Орла

самый высокий процент положительных ответов демонстрируют респонденты ЦФО (65%), самый низкий – респонденты ДФО (21%). Значительная часть участников фестиваля (это касается, прежде всего, категории «Другие категории населения») считает допустимым употребление ненормативного оборота «согласно приказа».

Синтаксические компоненты. Подавляющая часть опрошенных согласно их самооценке не испытывает трудностей при построении предложений. Сложным для себя этот вопрос считают только 5% опрошенных. При ответе на вопрос: «Какую форму числа сказуемого Вы употребите в предложении: Еще недавно большинство представленных на конференции стран не имели (не имело) возможности участвовать в таком форуме», - большинство респондентов (58%) отдают предпочтение грамматическому согласованию подлежащего, выраженного сочетанием собирательного существительного «большинство» с существительным в родительном падеже, имеющем при себе распространенное определение. Вместе с тем, обращает на себя внимание значительный процент респондентов, выбравших согласование по смыслу (39%). Если итоги опроса учителей по этой позиции почти полностью совпадают с данными словаря «Грамматическая правильность русской речи» (68%/31%), то опрос учащейся молодежи дает соотношение: 52%/44%.

Метафорические компоненты. На вопрос: «Возникают ли у Вас трудности при употреблении метафорических (образных) слов и выражений в речи», - ответили «да» 5%, «скорее да» - 14%, «скорее нет» - 37%, «нет» - 38%, «затрудняюсь ответить» - 6%. Таким образом, подавляющее большинство опрошенных (75%) не испытывает согласно их утверждениям трудностей при употреблении метафорических выражений. Среди учителей этот процент заметно выше (87%). Менее уверенно отвечают на данный вопрос представители возрастной группы «до 16 лет» (68%). В региональном аспекте следует отметить данные по ДФО: здесь наблюдается несколько более высокий уровень самокритичности (ответы «да» и «скорее да» в совокупности выбрали 65% респондентов). Вместе с тем, отсутствие затруднений при использовании метафорических выражений может рассматриваться как проявление недостаточной требовательности к выбору выразительных средств, низкого уровня речевой рефлексии. Об этом, в частности, свидетельствуют ответы на вопрос: «Можно ли считать неграмотным выражение «в эпицентре событий». Большинство опрошенных (71%) ответило на этот вопрос отрицательно. Исключение составляют данные по ДФО, где количество положительных и отрицательных ответов разделяется поровну. Образность выражения «в эпицентре событий» из-за его широкого использования в СМИ приобрела стертый характер, данное словосочетание превратилось в штамп, который, по сути дела, закрепляет речевую ошибку, связанную с расширением состава фразеологического оборота.

Проведенный мониторинг позволяет выявить некоторые общие тенденции.

В региональном аспекте результаты осуществленного опроса свидетельствуют о более строгом отношении к литературной норме жителей окраинных регионов: ДФО и ЮФО. Более высокий уровень терпимости к нарушениям литературной нормы (употреблению варваризмов, сленга, нецен-

Исследования социологических центров города Орла

зурной лексики, просторечных форм и пр.) демонстрируют жители ЦФО и СЗФО.

В социальном аспекте данные мониторинга демонстрируют более внимательное отношение к вопросам культуры речи со стороны учителей.

В возрастном аспекте итоги опроса могут служить основанием для утверждений о существовании тенденций к увеличению вариативности ударения, приближению произношения к написанию, активизации употребления разговорных и просторечных форм и конструкций (чем меньше возраст опрошенных, тем данные тенденций проявляются активнее).

Кроме того, можно заметить, что представители молодого поколения менее склонны видеть в Интернете угрозу русскому языку, активнее пользуются поисковыми системами при возникновении вопросов по русскому языку и культуре речи.

На основании анализа результатов мониторинга можно предложить следующие рекомендации:

1. Разработать на государственном уровне программу, включающую систему мер по формированию, сохранению и совершенствованию культуры речи различным категориям граждан Российской Федерации, при этом особое внимание уделить работе со школьниками и студентами.

2. Активизировать разработку и внедрение в школьное преподавание элективных курсов ортологической, стилистической и риторической направленности.

3. Придать координированный и систематический характер изданию справочников и пособий по культуре речи, разработке соответствующих специализированных Интернет-ресурсов, учитывать при их составлении выявленные социолингвистические тенденции.

4. Усилить пропаганду культуры речи в средствах СМИ, обращая особое внимание на проблему защиты русского литературного языка от экспансии варваризмов и жаргонизмов.

5. При разработке программ и учебников по культуре речи обращать особое внимание на развитие речевой рефлексии обучаемых, а также преподавателей русского языка в школе и вузе.



Рубрику ведет Е.П. Мясина – кандидат социологических наук, доцент, заместитель директора по воспитательной работе Учебно-научно-исследовательского института социологии и гуманитарных наук ФГОУ ВПО «Государственный университет – УНПК»

ИДЕОЛОГЕМЫ «МОДЕРНИЗАЦИЯ» И «ИННОВАЦИЯ» В ОФИЦИАЛЬНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

А.А. Пушков, ассистент кафедры «Социология, культурология и политология» Учебно-научно-исследовательского института социологии и гуманитарных наук ФГОУ ВПО «Государственный – УНПК», e-mail: rayldyik@mail.ru

В российском обществе на протяжении последних 20 лет происходили коренные изменения во всех сферах жизни социума, которые оказали влияние не только на функционирование социальных институтов, механизмы и каналы социальной мобильности, социальную структуру общества, но и трансформировали формы повседневной интеракции индивидов, ценности, нормы и установки социальных агентов. Можно говорить о продолжительном трансформационном периоде который, по нашему мнению, условно можно разделить на два этапа.

Первый этап занял все последнее десятилетие прошлого тысячелетия. Для него основной идеологической установкой было отрицание культурного и социального опыта предыдущей эпохи, и установка на формирование открытого динамичного общества и тотальная либерализация всех областей жизни.

Второй этап начался с момента вступления В.В. Путина в должность президента РФ. Как и в большинстве посткоммунистических обществ, вслед за этапом тотальной либерализации, в России произошла реверсия – возвращение консервативных, центристических тенденций, выразившихся в стремлении укрепить вертикаль власти и увеличить долю участия государства в жизни социума.

В настоящее время мы наблюдаем третий этап трансформационного периода, идеологическая установка которого заключается в манифестации

стремления создать условия для интенсивного развития всех сфер социальной жизни (в особенности экономики), развития наукоемких технологий и высокотехнологических производств, вхождении российского общества в глобальное экономическое и информационное и т.д. пространство.

Каждый период реформ формируется на основе определенной программы, которая содержит концепцию развития общества, включающую представления о механизмах проведения социальных преобразований, средствах и ресурсах, ценностных ориентациях, целях и задачах реформ и т.д.

Кроме утилитарной прагматики, любая программа реформ включает в себя ограниченное количество идеологем, являющихся определенными высказываниями об устройстве мира, формируемыми в рамках официального политического дискурса.

Под идеологемой понимается – часть какой-либо идеологии, элемент идеологической системы. У категории идеологема нет строго определенного (ограниченного) значения. Эти значения меняются в соответствии с политической прагматикой [1, с. 52]. Идеологема всегда маркирована, то есть эмоционально окрашена. Целенаправленное использование идеологем является эффективным средством управления массовым сознанием – идеологема легко запоминается и создает иллюзию понимания у объекта манипуляции. Отличительным признаком идеологема считается многократное изменение значений, либо изначальная расплывчатость значений [2, с. 17].

По нашему мнению, идеологема не только означают определенные политические ценности и установки, но и влияют на политический процесс. Знаки, (а идеологема является политическим символом), означающие определенный институт или социальную практику, влияют на процесс структуризации этой практики, на протекание интеракций, функционирование института, формируя определенные социальные роли, определенного индивида, включенного в эти практики.

Мы считаем, что для текущего трансформационного этапа современной России идеологемами определяющими официальную идеологию и программу социально-экономических преобразований, являются идеологема «модернизация» и «инновация». Поэтому можно утверждать, что исследование идеологем «модернизация» и «инновация» позволит определить основные установки, цели, задачи, идеи, взгляды и т.д. (концептуальное ядро) социально-экономической политики, проводимой российским государством в настоящее время.

Таким образом, целью исследования является – анализ содержания, значения и роли идеологем «модернизация» и «инновация», как выражения и артикуляции социально-экономической политики государства.

Идеологема «модернизация» и «инновация» формулируются (производятся) официальным дискурсом, который, включая определенные дискурсивные практики, содержит правила, нормы, требования, механизмы и каналы формулирования, распространения, закрепления суждений, высказываний, стереотипов, политических диспозиций и в целом определенной интерсубъективной картины мира.

Объектом исследования выступает – официальный политический дискурс современной России, который является иерархической гипертекстуальной структурой взаимодействующих и противоречащих текстов, составляющих всю совокупность политических позиций, идеологий, мнений, суждений, оценок, а также специфических политических жанров, стилей, культурных кодов, складывающихся и существующих в процессе социально-политической коммуникации.

В свою очередь предметом исследования являются – идеологемы «модернизация» и «инновация» в рамках официальном политическом дискурсе современной России.

К официальному политическому дискурсу относятся бесчисленное количество текстов, каналов и субъектов коммуникации. Это плюральное поле и составляет генеральную совокупность исследования. По нашему мнению, выборочная совокупность должна соответствовать следующим критериям:

1. Эмпирический объект исследования должен представлять конкретный дискурс, что позволит рассмотреть всю систему правил и механизмов формирования и легитимации политической информации.

2. Целью выбранного дискурса должна быть трансляция и закрепление официальной идеологии в сознании большей части населения, т.е. он должен принадлежать СМИ.

3. Выбранный дискурс должен соответствовать официальному политическому дискурсу, т.е. содержать мнения, оценки и т.д., соответствующие официальной идеологии. Многие исследователи отмечают возросший контроль государства за деятельность СМИ в современной России, например К.Д. Кирия пишет:

«Необходимо также отметить и такой важный фактор, как постоянно усиливающаяся зависимость современных телеканалов от государства, власти. Телевизионные новости рассматриваются как мощный инструмент воздействия на аудиторию, используются как пропагандистский ресурс, что не может не отразиться на новостном тексте» [3, с. 42].

4. Дискурс, рассматриваемый как эмпирический объект, должен быть номинирован в рамках официального дискурса, как обладающий особой ценностью, а так же направлен на большую целевую аудиторию и пользоваться доверием населения.

На основе данных критериев, эмпирическим объектом исследования мы выбрали тексты телевизионных новостей программы «Время» Первого канала, посвященные президенту РФ Д.А. Медведеву и премьер-министру РФ В.В. Путину. Во-первых, тексты телевизионных новостей можно рассматривать как дискурс, обладающий аутентичными правилами формулировки высказываний и механизмами легитимации.

Во-вторых, в условиях тотальной персонализации политики, именно конкретные политические субъекты являются трансляторами основных ценностей, норм, идеологических воззрений и т.д. Поэтому в рамках дискурсивного пространства наибольшим значением обладают тексты, посвященные политическим субъектам, находящимся на вершине политической иерархии – президенту РФ Д.А. Медведеву и премьер-министру В.В. Путину.

В рамках выбранной совокупности были отобраны тексты, в которых присутствуют идеологемы «модернизация» и «инновация». Выборочную совокупность исследования составили новостные тексты, посвященные президенту РФ Д.А. Медведеву и премьер-министру В.В. Путину в рамках ежедневной программы «Время» на временном промежутке с 20.12.2009 по 20.06.2010 (что составляет полгода). Объем выборочной совокупности составил 104 единицы наблюдения (текстов телевизионных новостей).

В ходе проведения исследования использовались несколько единиц анализа: слово, законченное высказывание, тема, персонаж.

В первую очередь необходимо было выявить какое место занимают идеологемы «модернизация» и «инновация» в официальном дискурсе, определив действительно ли они составляют идеологическое ядро программы государственных реформ. В текстах выборочной совокупности категории «модернизация» и «инновация» употребляются 172 и 107 раз соответственно. Можно говорить о довольно высокой частоте использования категорий в текстах телевизионных новостей программы «Время» Первого канала. За исследуемый период президенту РФ Д.А. Медведеву и премьер-министру В.В. Путину было посвящено 514 текстов телевизионных новостей программы «Время» Первого канала и приблизительно в каждом 5 сюжете поднимается тема модернизации или инновации. Поэтому мы считаем, что идеологемам «модернизация» и «инновация» в рамках официального дискурса придается особое значение, они входят в совокупность высказываний, составляющих коннотативное поле образов президента РФ Д.А. Медведева и премьер-министра В.В. Путина.

Предполагая, что структурирующим элементом политического дискурса современной России выступают конкретные политические персоналии (президент РФ Д.А. Медведев и премьер-министр В.В. Путин, которые номинируются в дискурсивных практиках как политические лидеры современной России), в ходе исследования необходимо было рассмотреть в каком отношении они находятся с политическими субъектами; какова роль политических субъектов в артикуляции, номинации, формулировке значений данных идеологем и выявить каково, в свою очередь, их влияние на образы президента РФ Д.А. Медведева и премьер-министра В.В. Путина (которые в рамках дискурса «Первого канала» обозначаются как политические лидеры).

Учитывая такую трактовку образов политиков в исследуемом дискурсе необходимо уточнить, что мы понимаем под образом политического лидера. По нашему мнению, образ политического лидера является объектом политического дискурса, формируемым в ходе бесчисленных дискурсивных операций, зависящий от социально-экономической и политической прагматики.

Образ политического лидера производится через символы, обозначающие определенные значимые концепты – («символические образы» – «лидера супер-героя», «инновационного лидера» и т.д.). Образ лидера – это объект, формируемый дискурсивными практиками, посредством создания и угасания бесчисленного количества знаков, обозначающих лидера.

Образ политического лидера не является сложившейся системой представлений о характеристиках и атрибутах лидера, он фрагментарен, его атрибуты и характеристики зачастую вступают в диссонанс друг с другом.

Например, одним из центральных символических образов Д.А. Медведева является образ «инновационного лидера», денотативно связанный с либеральностью и демократией, но в зависимости от прагматики а текстах Д.А. Медведев может проявлять чисто авторитарные черты. По нашему мнению, образ политического лидера темпорально складывается вокруг определенного текста – означающего некоторые концепты, представляя в этот момент определенную систему представлений, где пустые фрагменты заполняются ссылками на иные тексты, несущие иные концепты, но в структуре образа так же есть характеристики, прежде всего связанные с личностью лидера (пол, возраст, некоторые черты личности), являющиеся неизменными, остальные, же черты чаще всего модифицируются от текста к тексту.

Одной из основополагающих гипотез нашего исследования являлось предположение, что идеологемы «модернизация» и «инновация» можно рассматривать как символы, означающие образ политического лидера и представляющие определенный политический концепт, вокруг которого происходит темпоральное структурирование образа политического лидера.

Для того, чтобы определить в какой степени каждая из идеологем связана с образами политических лидеров, определим число текстов в выборочной совокупности, относящихся к каждому из политических субъектов. В рамках выборочной совокупности 58 текстов телевизионных новостей посвящены президенту РФ Д.А. Медведеву, в свою очередь премьер-министру В.В. Путину посвящено 43 текста и в трех текстах упоминаются оба политика.

Сравним распределение текстов выборочной совокупности относительно политических субъектов, с распределением всей совокупности текстов телевизионных новостей программы «Время» Первого канала за исследуемый период. За исследуемый период президенту РФ Д.А. Медведеву и премьер-министру В.В. Путину было посвящено 514 текстов телевизионных новостей программы «Время» Первого канала, из них Д.А. Медведеву посвящено 56,4% текстов (290 текстов в числовом выражении), В.В. Путину 37,5% текстов (193 текста в числовом выражении) и обоим политикам 6% текстов (31 текст в числовом выражении).

В целом, распределение текстов выборочной совокупности по отношению к политическим субъектам соответствует доли каждого из них в новостном дискурсе программы «Время» Первого канала. Можно предположить, что идеологемы «инновация» и «модернизация» строго не привязаны ни к одному из выделенных политических субъектов, тем самым они являются неким общим условием официального политического дискурса.

Впрочем, в данном случае мы анализировали долю каждого из лидеров в выборочной совокупности, не учитывая частоту появления каждой из идеологем в текстах телевизионных новостей относительно политических субъектов. Категория «модернизация» в текстах, посвященных президенту РФ Д.А. Медведеву употребляется 119 раз, что соответствует 69,2% от общего числа употреблений данной идеологемы, в текстах, посвященных В.В. Путину она употребляется 50 раз, что составляет 29%, в текстах, посвященных обоим лидерам она употребляется 3 раза, что соответствует 1,8%.

Данные результаты, по нашему мнению, говорят о том, что использование идеологемы «модернизация» в текстах, посвященных В.В. Путину является общим требованием официального дискурса, следствием априорной идеологической насыщенности политических текстов. В свою очередь, на основе более частого употребления идеологемы «модернизация» в текстах, посвященных Д.А. Медведеву, можно сделать следующие выводы:

во-первых, идеологема «модернизация» выступает как один из символов, формирующих образ лидера, в определенной степени аутентичный ему;

во-вторых, Д.А. Медведева можно рассматривать как политического субъекта, формулирующего концептуальное ядро идеологемы, задающего ее значимость и постоянно воспроизводящего ее в официальном дискурсе.

Такая оппозиция в отношении политических субъектов характерна и для идеологемы «инновация». В текстах, посвященных Д.А. Медведеву, она употребляется 79 раз, что соответствует 73,8% от общего числа употреблений данной идеологемы, в текстах, посвященных В.В. Путину, она употребляется 23 раза, что составляет 21,4%, в текстах, посвященных обоим лидерам, она употребляется 4 раза, что соответствует 3,8%. Можно утверждать, что идеологема «инновация», так же как и «модернизация», в большей степени связана с образом Д.А. Медведева, и следовательно они играют важную роль в формировании его образа. Президент РФ Д.А. Медведев в рамках официального дискурса репрезентуется как «инновационный» и «модернизационный» лидер. Данное положение можно проиллюстрировать следующими примерами –

«Модернизация – слово года в политике и в выступлениях Президента...» [4].

«Шаймиев пояснил, что поддерживает курс Дмитрия Медведева на модернизацию и считает, что нужно дать дорогу молодому поколению политиков» [5].

При тотальной персонализации политики, особую роль приобретают речи политиков (само ораторские искусство происходит из политических практик), они рассматриваются как выражение государственного курса, в них видят важнейший политический ресурс. Речи политиков препарируют, стремясь найти каузальную зависимость между высказанным в речи и текущими политическими и социально-экономическими событиями. Поэтому, для подтверждения гипотезы об особой значимости идеологем «модернизация» и «инновация», для официальной идеологии современной России, определим: в какой мере данные идеологемы являются аутентичными языку политических субъектов. Для этого выявим частоту использования каждой из идеологем различными субъектами, представленными в дискурсе выборочной совокупности – президент РФ Д.А. Медведев, премьер-министр В.В. Путин, журналист–нарратор, политические субъекты (лидеры партий, общественных объединений), государственные чиновники, население.

Распределение идеологемы «модернизация» относительно субъектов дискурса, использующих ее в своей речи выглядит следующим образом: в речи президента РФ Д.А. Медведева она употребляется 51 раз (29,7%), в

речи премьер-министра В.В. Путина 18 раз (10,4%), в высказываниях журналистов 85 раз (49,5%) и в речи других субъектов 18 раз (10,4%).

Идеологема «инновация» в речи президента РФ Д.А. Медведева употребляется 32 раза (29,9%), в речи премьер-министра В.В. Путина 8 раз (7,5%), в высказываниях журналистов 60 раз (56,1%) и в речи других субъектов 7 раз (6,5%).

Полученные данные подтверждают сделанные нами выводы:

Во-первых, образ Д.А. Медведева действительно в большей мере направлен на продвижение и манифестацию идеологием «модернизация» и «инновация».

Во-вторых, идеологемы «модернизация» и «инновация» выступают главным коннотативным атрибутом большинства действий и политических решений в рамках официального дискурса, на что указывает частота употребления идеологием журналистами. Идеологемы «модернизация» и «инновация» через свое постоянное воспроизводство в рамках официального дискурса и дискурса новостей СМИ, вступают в казуальную связь со всем политическим пространством; идеологемы составляют некий флер, перифраз, аппликацию действий лидеров; причина, смысл и оценочное значение многих управленческих решений, политических практик и политических субъектов в официальном политическом дискурсе зависит от их причастности и ответственности концепции «модернизации и инновации».

«Тот, кто готов меняться, тот, кто понимает, что без модернизации экономики, без модернизации политической системы у нашей страны нет будущего, тот должен работать и будет работать. А тот, кто считает, что можно плыть по течению... тогда нужно просто для себя будет принять решение: может, пора на отдых уходить?» [6].

Так же стоит отметить, что в текстах, посвященных Д.А. Медведеву и В.В. Путину, за ними закрепляется легитимное право использовать категории «модернизация» и «инновация», в речах иных субъектов, данные идеологемы появляются как утверждение поддержки общей программы государственных преобразований.

Прежде чем перейти к вопросу о содержании и значении идеологием «модернизация» и «инновация» в рамках официального дискурса, необходимо обратиться к вопросу о соотношении значения модернизация и инновация, как слова и научной категории и как определенного высказывания в рамках дискурса.

В Большой Советской Энциклопедии категории модернизация дана следующая дефиниция – изменение в соответствии с новейшими, современными требованиями и нормами [7].

Таково понимание «модернизации» характерно для условно обыденного сознания. В научном дискурсе под модернизацией понимается – макро-процесс перехода от традиционного к современному обществу – обществу современности [8, с. 16].

В обоих случаях акцент делается на двух категориях – «изменение» и «современной», которые и составляют смысловое содержание категории «модернизация» в рамках обыденного сознания. Амбивалентность категории модернизация, как слова обыденного языка и как научной категории, безус-

ловно влияет на ее репрезентацию в рамках официального политического дискурса.

Теперь дадим определение термину инновация – нововведения в области техники, технологии, организации труда и управления, основные направления использования достижений науки и передового опыта, а также использование этих новшеств в самых разных областях и сферах деятельности [9, с. 202].

Здесь смысловое содержание категории организуется вокруг категории «нововведение». Если модернизация по своему значению подразумевает изменение – усовершенствование уже существующего, то инновация предполагает привнесение новшеств, коренное изменение. Впрочем, в рамках языкового кода повседневности, различия между данными категориями размываются, можно говорить об их квазисинонимичности.

В ходе исследования нами было выдвинуто предположение, о том что в рамках официального политического дискурса современной России, семантическое значение категорий «инновация» и «модернизация» атрофируются, с другой стороны любое употребление категорий «модернизация» и «инновация» даже если оно вызвано логикой повествования, несет в себе определенное символическое значение – обозначается, как идеологема, репрезентирующая определенную концепцию и являющаяся политическим высказыванием – объектом дискурса и политическим символом.

Теперь определим смысловые значения идеологем «инновация» и «модернизация» в рамках официального политического дискурса современной России. Для этого проведем качественный анализ текстов выборочной совокупности.

Значение идеологем «модернизация» и «инновация» определяется действующими в данной дискурсивной формации (официальном политическом дискурсе) дискурсивными практиками (правилами, нормами и иерархической системой) формулирования высказываний и формирования объектов дискурса. Идеологема, как объект дискурса, формируется как определенный набор высказываний. Мы в первую очередь будем искать не четкие дефиниции (которые в исследуемом нами дискурсе отсутствуют), а суждения об идеологемах, которые составляют денотативное и коннотативное поле трактовки идеологем. Эти суждения составляют избыточное значение идеологем в дополнении к их семантическому значению. Каждое употребление идеологем релевантно этому бесконечному полю высказываний. Так же необходимо учитывать, что идеологемы направлены на формирование в сознании населения определенного образа мира и интериоризации определенных представлений.

В ходе качественного анализа текстов выборочной совокупности, мы выделили несколько смысловых блоков, высказываний, формирующих смысловое ядро идеологем «модернизация» и «инновация». При этом в ходе анализа было выявлено, что блоки высказываний актуальные для обоих идеологем, поэтому, по нашему мнению, можно говорить, что квазисинонимичность идеологем «модернизация» и «инновация» является условием официального политического дискурса современной России.

Блок 1. Высказывание – модернизация и инновация является важнейшей задачей государства и российского общества в целом. (При этом легитимным правом на формулировку задач и целей «модернизации и инновации» обладают только политические лидеры страны).

1. Но сейчас мы все абсолютно уверены в том, что без перехода к модернизации у нашей экономики нет будущего, даже несмотря на то, что она опирается на огромные природные богатства нашей страны [4].

2. Д.А. Медведев: «Никакого будущего у нашей экономики при таком абсолютно сырьевом характере развития этой экономики в обозримой перспективе не просматривается. Значит, нужно заниматься модернизацией, нужно заниматься технологическим развитием» [10].

Блок 2. Высказывание – модернизация и инновация есть реализация «архетипичной» российской идеи «догнать и перегнать» (даже значение категорий соответствует этой национальной идее), которая органично перешла в современный официальный политический дискурс. (В модальности данных высказываний чаще всего содержится позитивная маркировка изменений экономической, политической и т.д. систем по западному образцу).

1. Стало окончательно ясно, что без коренного обновления страна не преодолет того разрыва, который сохранился между Россией и другими странами «двадцатки» еще с советских времен [6].

2. По словам Владимира Путина, без всяких сомнений, мы должны сделать все для того, чтобы восстановить утраченное за предыдущие пять лет, и наметить перспективы развития. И эти перспективы, лежат, прежде всего, в сфере инноваций [11].

Блок 3. Высказывание – модернизация и инновация – это всегда позитивно (номинаровано положительно), это рост уровня жизни, это коренное улучшение общества. Модернизация и инновация – это механизм реализации великой идеи, сакральной цели построения в будущем рая на земле (как коммунизм в СССР).

1. Д.А. Медведев, Президент РФ: «Уважение и признание учительского труда должно стать мощным стимулом для развития всего учительского корпуса. Это, кстати сказать, и ключевое направление модернизации образования» [12].

2. Д.А. Медведев, Президент РФ: «Важнейшее условие успешной модернизации Вооруженных сил – это повышение качества жизни военнослужащих...» [13].

3. Президент РФ Д. А. Медведев: «Россия должна стать привлекательной страной, куда будут стремиться люди со всего мира в поисках своей особенной мечты, в поисках лучших возможностей для успеха и самореализации, которые Россия сможет дать всем, кто готов принять этот вызов и полюбить Россию, как свой новый или как свой второй дом. Таковы цели нашей модернизации. Эти цели, я в этом абсолютно уверен, реалистичны и достижимы» [14].

Блок 5. Высказывание – модернизация и инновация в своем утилитарном значении предполагают рост эффективности, развитие и обновление, содержа в себе всегда установку на будущее. (Вообще для российской ментальности характерен акцент не на настоящем, а на воображаемом буду-

щем, что выражается не только в политической идеологии, но и в искусстве, науке, религии и философии. Такое пренебрежение настоящим, а значит реальным, ради будущего, а значит идеалистического, характерно и для идеологом «модернизация» и «инновация»).

1. Технологическая модернизация – создание новых отраслей производства, переход на новые технологии, развитие новых источников энергии, фармацевтическая промышленность, космос, все это – большой объем задач [15].

2. Дмитрий Медведев, Президент РФ: «Лампочки светодиодные – это хорошо. Но это не инновации, это просто производство современных видов продукции. Нам нужны прорывные технологии, новые решения» [16].

Блок 6. Высказывание – модернизация и инновация поможет решить традиционные проблемы России (например, идеологема модернизации используется в контексте борьбы с коррупцией и бюрократией). Идеологема обладает сакральной мифической властью изменять реальную жизнь, в политическом языке употребление идеологема становится залогом решения проблемы, подобно тому, как используются заклинания в магических практиках.

1. Дмитрий Медведев, Президент РФ: «Модернизация – это всегда ломка. Сопротивление чиновников всегда есть... Кого-то приходится убеждать, кого-то приходится ломать. Так устроена жизнь» [15].

2. Кроме того, без модернизации судебной системы вряд ли можно справиться с такой застарелой российской болезнью, как, например, коррупция, которая, по сути, стала одним из главных препятствий на пути развития страны [17].

Блок 7. Высказывание – модернизация и инновация является символом современной России и государственного аппарата, позитивных изменений, происходящих в обществе.

1. Д.А. Медведев: «Не так давно мною были сформулированы 5 приоритетов технологической модернизации нашей страны. Так вот, энергосбережение, энергоэффективность, являются одним из ключевых приоритетов нашей экономики» [18].

2. Ведь это не просто красивое слово – «модернизация» [14].

3. Дмитрий Медведев, Президент РФ: «Новый инновационный центр – это, конечно, пока не Силиконовая долина, но все-таки, это какой-то прообраз города будущего» [19].

Рассмотрев вопрос о месте и роли идеологом «модернизация» и «инновация» в официальном политическом дискурсе, их взаимосвязи с политическими субъектами, а так же определив значения идеологом, рассмотрим вопрос об их объективации и актуализации в рамках дискурса, о тех вербальных (символических) взаимодействиях в которые они вступают с объектами, темами и высказываниями дискурсивной формации, т.е. каким образом посредством идеологом происходит артикуляция государственной политики.

Программы реформ и управленческих решений в разнообразных сферах маркируются идеологемами в рамках официального дискурса, что пред-

полагает создание определенного образа данных процессов, распространение определенных представлений и стереотипов.

На основе текстов выборочной совокупности определим по отношению, к каким социальным институтам и сферам общественной жизни используются идеологемы «модернизация» и «инновация», так же выявим какие высказывания (классы высказываний были определены ранее) предлагает конкретное использование. В результате проведенного анализа нами было построено две таблицы, отражающие распределение идеологем «модернизация» и «инновация» в их связи с социальными институтами и сферами общественной жизни. На основе данных, представленных в таблице 1 и таблице 2, было предложено несколько блоков (для каждой из идеологем), классифицирующие как социальные институты, так и содержательное значение идеологем, предполагающие превалирование определенных высказываний.

Таблица 1 – Использование идеологемы «модернизация» по отношению к сферам общественной жизни и социальным институтам, %

Сфера социальной жизни	Количество раз	Проценты, %
1. Армия и оборонно-промышленный комплекс	21	12,2
2. Государство и политические институты	21	12,2
3. Топливо-энергетическая сфера	17	9,9
4. Промышленность	16	9,3
5. Международное сотрудничество	16	9,3
6. Образование	10	5,8
7. Сфера высоких технологий и наукоемкого производства	10	5,8
8. Экономика	8	4,7
9. здравоохранение	6	3,5
10. Наука	5	2,9
11. Коммунальное хозяйство и социальная сфера	4	2,3
12. Сельское хозяйство	4	2,3
13. Массовые коммуникации	3	1,7
Другое	31	18

На основе данных, представленных в таблице 1, можно сделать вывод, что идеологема «модернизация» в рамках официального политического дискурса связана практически со всеми направлениями государственных реформ. Нами были выделены следующие смысловые блоки:

Первый блок – модернизация государственной системы. Из данных, представленных в таблице 1 видно, что в рамках официального политического дискурса наибольшее внимание уделяется модернизации «Государственных и политических институтов» 12,2% высказываний, и «Армии и оборонно-промышленному комплексу» 12,2% высказываний (в совокупности

22,4% высказываний). При этом армия является институтом, который можно рассматривать как элемент (подсистему) государственной системы.

В тематике реформы «Государственных и политических институтов», идеологема «модернизация» употребляется как символ борьбы с коррупцией и бюрократией, как символ сегрегации «нового и обновленного государства» и консервативных и реакционных представителей государственного аппарата. В дискурсе формируется концепция очищения и обновления власти, которая маркируется идеологемой «модернизация».

Данная концепция выражается в прагматике использования идеологе-мы – реформа судебной системы, создание электронного правительства, «экзамены среди чиновников на умение пользоваться персональным компьютером» и т.д.

Для данного смыслового блока цель использования идеологе-мы «модернизация» заключается в замене табуированного политического символа эвфемизмом. Категория «реформа» в политическом дискурсе, приобрело практически одесивное значение (что является результатом стигматизации политического языка) и использовании категории «модернизация» по отношению к реформе армии и государственного аппарата позволяет избежать отрицательных коннотаций.

Вторым аспектом использования идеологе-мы «модернизация» в высказываниях, посвященных реформам «государственных и политических институтов» и «армии и оборонно-промышленному комплексу», является утверждение решающего значения данных преобразований для российского общества, манифестация определяющей позиции государственных институтов в социуме. В официальном политическом дискурсе высказывания, включающие идеологе-му «модернизация», маркируются как наиболее значимые, приобретает положительную модальность.

Блок 2 – модернизация денотативно-модернизационной сферы. Второй смысловой блок, составляют высказывания о модернизации «Топливо-энергетического комплекса» 9,9% высказываний, «Сферы высоких технологий и наукоемкого производства» 5,8% высказываний, «Науки» 2,9% высказываний и «Массовых коммуникаций» 1,7% высказываний (в совокупности 20,3% высказываний). Несмотря на определенную эклектичность данного блока, можно отметить, что он объединяет общественные институты и технологические сферы, рассматриваемые как авангард технического и научно-прогресса и поэтому денотативно связанные с категорией модернизации.

В официальном политическом дискурсе современной России именно компании, относящиеся к топливно-энергетической сфере, позиционируются как наиболее эффективные и прогрессивные. Именно потенциал и достижения компаний топливно-энергетической сферы (а значение корпорации Газпром для государственной идеологии трудно переоценить), позиционируются и используются как аутентичный российский капитал, как политический ресурс международной политики, а так же как символ благосостояния страны и народа. Использование в данном случае идеологе-мы «модернизация» выступает как стремление подтвердить действенность «модернизационной политики», как утверждение эффективности модернизации.

При этом необходимо отметить, государственная концепция модернизации артикулируется и как стремление «слезть с нефтяной иглы», т.е. развитие других сфер экономики помимо денотативно связанных с модернизацией.

Блок 3 – модернизация народного хозяйства. Третий смысловой блок, составляют высказывания о модернизации – «Промышленности» - 9,3% высказываний, «Экономики» 4,7% высказываний, «Сельского хозяйства» 2,3% высказываний (в совокупности 16,3% высказываний). Высказывания данного блока сформулированы вокруг утилитарного значения категории модернизация. Для промышленности и сельского хозяйства, модернизация определяется как выход из кризиса, для экономики в первую очередь – привлечение инвестиций. Это утилитарное значение идеологемы «модернизация» для высказываний данного блока связано с денотатами «нового» и «усовершенствованного», и т.д., погруженными в коннотативное поле «лучшего и позитивного» и обозначенного волей лидеров и власти.

Блок 4 – модернизация социальной сферы. Четвертый смысловой блок, составляют высказывания о модернизации – «Образования» – 5,8% высказываний, «Здравоохранения» – 3,5% высказываний, «Сферы коммунального хозяйства и государственных услуг» – 2,3% высказываний, (в совокупности – 11,6% высказываний). Идеологема «модернизация» для данных сфер общественной жизни является манифестацией тотальности и тактильности механизмов и форм отправления власти. Власть объективируется за счет специфических организаций, государственных программ, регулирующих все аспекты социальной действительности (тотальность), полностью подчиненных властному центру (тактильность). С каждой сферой общественной жизни выстраивается аутентичная система правил взаимодействия, за счет определенных комитетов, целевых программ развития – исторически это установка выражалась в создании программ «Национальных проектов». Сейчас идеологема «Национальный проект» сменяется идеологемой «модернизация», которая в применении к конкретной социальной сфере выражает те же установки, но при условии наличия определенного идеологического ядра.

Блок 5 – модернизация как агент международного сотрудничества. Идеологема модернизация в контексте темы международного сотрудничества употребляется 16 раз, что составляет 9,3% высказываний.

Категория модернизации генетически связана концепцией современного – индустриального общества, аналогом которого в российском сознании выступает современное западное общество. Сама научная концепция модернизации предполагает революционный переход к обществу западного типа. Поэтому идеологема «модернизация» в данном случае есть реализация генетической идеи развития российского общества – «выстроить общественную систему по образцу европейских стран». Использование идеологемы «модернизация» позволяет в контексте встреч с представителями западных держав создать видимость доступа к специфическому (но при этом условному) языковому коду международного сотрудничества, как вербализированное подтверждение статуса России как равноправного международного партнера, инкорпорированного в глобальное международное политическое, экономическое, информационное и т.д. пространство.

Публикации соискателей ученых степеней

«...в Санкт-Петербург приехало рекордное количество западных бизнесменов... Здесь в залах заседаний и на стендах наших компаний они услышали и увидели то, чего ждали. Получили ответ какой смысл вкладывают в России в понятие модернизация» [14].

Обобщая вышеизложенное необходимо отметить:

1. Полученные результаты подтверждают предположение о плюральности идеологемы «модернизация», о том, что ее смысловое содержание релевантно прагматике текста.

2. Идеологема «модернизация» осуществляясь как объект дискурса, как политический символ, маркируя определенное направление государственной политики, артикулируется через определенное высказывание. При этом являясь частью гипертекстуального политического дискурса, оно генетически связано со всем коннотативным полем политических высказываний.

3. Использование идеологемы модернизация связано с инверсией политического тезауруса официального политического дискурса, заменой табуированной категории «реформа» эвфемизмом «модернизация».

4. Идеологема «модернизация» используется как средство установления иерархической системы власти и подтверждения властного капитала политических лидеров, т.к. только они обладают легитимным правом санкционировать модернизационные процессы (здесь можно вновь вспомнить фразу – «Модернизация – слово года в политике и в выступлениях Президента»). Лидер обладает исключительным правом на «главное слово», на магическое слово, тем самым его власть сакральна, она имманентна ему, это власть вождя, религиозного лидера, власть над словом – власть слова и т.д. и т.п.

Теперь обратимся к данным, представленным в таблице 2.

Таблица 2 – Использование идеологемы «инновация» по отношению к сферам общественной жизни и социальным институтам, %

Сфера социальной жизни	Количество раз	Проценты, %
1. Сфера высоких технологий и наукоемкого производства	29	27,1
2. Государство и политические институты	19	17,6
3. Экономика	13	12,1
4. Образование	12	11,2
5. Международное сотрудничество	11	10,3
6. Топливо-энергетический комплекс	5	4,7
7. Промышленность	3	2,8
8. Наука	3	2,8
9. Коммунальное хозяйство и социальная сфера	2	1,9
Другое	10	9,3

В дискурсе текстов телевизионных новостей программы «Время» Первого канала идеологема «инновация» наиболее часто употребляется в связи с денотативно модернизационной сферой («Сферой высоких технологий и

наукоемкого производства» 27,1% высказываний, «Топливо–энергетическим комплексом» 4,7% высказываний, «Наукой» 2,8% высказываний (в совокупности 20,3% высказываний)). Полученные данные абсолютно логичны, т.к. по своему семантическому значению категория «инновация» является аутентичной именно данным отраслям и социальным институтам. Относительно оставшихся смысловых блоков можно сказать, что по нашему мнению, в них значения идеологемы «инновация» мало, чем отличаются от значения идеологемы «модернизация» для соответствующих блоков, в обоих случаях реализуются схожие утилитарные, символические, идеологические и т.д. функции.

Значительным, по нашему мнению, являются следующее различие – идеологема «модернизация» используется в связи с 13 категориями, идеологема «инновация» связана лишь с 9 категориями. Такое различие в широте использования, а так же практически тождественность (квазисинонимичность) значений идеологем, позволяет нам сделать вывод, что идеологеме «инновация» можно рассматривать, как частный случай модернизации. Тем самым, можно говорить, что в дискурсивных практиках официального политического дискурса, идеологема «инновация» занимает подчиняющееся положение по отношению к идеологеме «модернизация»; «инновация» репрезентует частные случаи, специфические практики модернизации. Идеологема «инновация» является еще одним высказыванием, символически означающим идеологемы «модернизация», таким же как «энергосбережение» и «энергоэффективность». Данное утверждение можно подтвердить следующими данными:

1. В текстах выборочной совокупности идеологема «модернизация» встречается более чем в полтора раза чаще, чем идеологема «инновация»: 172 упоминания в сравнении с 107 упоминаниями, что говорит о том, что в официальном политическом дискурсе идеологеме «модернизация» придается гораздо больше значения.

2. Сравнение таблиц 1 и 2 позволяет говорить о том, что идеологема «модернизация» реализуется как общая установка государственных реформ, а идеологема «инновация» позиционируется в большей степени как изменения и усовершенствования именно в «Сфере высоких технологий и наукоемкого производства», артикулируясь в большей мере через инновационный центр Сколково.

3. В текстах выборочной совокупности идеологема «модернизация» маркируется как наиболее ценная и значимая («слово года», «не просто красивое слово»). Сам синтаксис языка официального политического дискурса подтверждает доминирование идеологемы «модернизация», что можно проиллюстрировать конкретным высказыванием, которое является практически лозунгом – «Финансирование для модернизации инноваций» [20].

Далее в тексте раскрывается значение этой программы – «Что это означает? Банки-партнеры Российского банка развития будут получать финансовую поддержку от Российского банка развития на проекты в сфере малого и среднего предпринимательства, в инновационной сфере, в размере до 150 миллионов рублей».

И здесь не возможно найти ни одной причины для того, что бы данная программа «поддержки проектов малого и среднего предпринимательства в инновационной сфере» обозначалась именно как «модернизация инноваций», только логика языковой игры номинирования, когда значение одного символа накладывается на значение другого, когда через формулирование определенного высказывания провозглашается первенство определенного объекта дискурса в иерархии формации текстов.

4. В своем семантическом значении инновация являет собой частный случай модернизации. Если модернизация – есть усовершенствование (улучшение), если модернизация в ином языковом коде отсылает к научной теории трансформации и изменения всей общественной структуры, то инновация скорее более частный случай – конкретный механизм теории модернизации – внедрение новшеств. Модернизация является апологетикой изменения в самом общем онтологическом смысле, а инновация в данном случае – реализация модернизации для конкретных сфер.

Любая идеологема есть объект, имманентный дискурсу, складывающийся в определенных дискурсивных практиках и занимающий определенное место в иерархии дискурсивной формации. Дискурсивная практика это не только речевая практика – высказывание имеет не только речевую и языковую природу, любой «крупный» дискурс (а таковым, безусловно, является официальный политический дискурс), вбирает в себя и внеязыковые практики. Поэтому, изучая идеологемы «модернизация» и «инновация», необходимо рассмотреть формы их артикуляции и объективации, осознавая, что это не просто способ их презентации, что определенные объекты, социальные группы, практики, выступая референтами – знаками идеологем, сами артикулируются в идеологеме, тем самым изменяясь; идеологема объективируясь – оформляется, инторизируется в картину мира, трансформирует социальное пространство, сама подвергаясь мимесису в отношении к нему.

Можно выделить следующие формы объективации и актуализации идеологем:

1. Идеологемы «модернизация» и «инновация» артикулируются в речах лидеров, не просто высказываясь ими, но образ лидер выступает как референт, делегирующий идеологеме определенные значения, провозглашающий их высокую ценность, но в той же мере идеологемы становятся референтами лидеров, через них лидер саморепрезентуется.

2. В ходе анализа идеологем «модернизации» и «инновации» нами было выявлено, что практически для каждого социального института и социальной сферы, идеологемы артикулировались и объективировались в определенных предметах, учреждениях, концептах, символах и даже целых годах.

Например, модернизация здравоохранения объективируется через «использование ядерной медицины», и здесь в первую очередь можно говорить о денотативной связи – «модернизация» – это усовершенствование, это высокие технологии – ядерная медицина – «это тоже что-то из высоких технологий» (что конкретно под ней понимается, и как применение ядерной медицины повлияет на процесс модернизации здравоохранения в тексте не отражается). Инновация как частный случай модернизации объективируется

через целый город – инновационный центр «Сколково». Модернизация армии каждый раз связана с вводом и проверкой новой армейской техники и т.д. и т.п. Стоит отметить, что часто те «объекты», через которые артикулируются идеологемы, сами по себе обладают размытым значением, выступая как означающие без изначального значения, как аффективные символы. Модернизация энергетической сферы объективируется через категории «энергоэффективности» и «энергосбережения», тексты наполнены этими символами, при этом значение этих категорий исчерпывается во многом упоминанием об энергосберегающих лампочках.

3. Через артикуляцию идеологемы – артикулируется государственная власть, ее значение, ее деятельный характер и манифестируется определяющая по нашему мнению установка современной власти на тактильность и тотальность.

Политическая власть основана на символических операциях делегирования и ее конвенциональная природа требует объективации власти в ритуалах, артефактах, в государственных комиссиях – «Комиссии по модернизации» и «Комиссии по инновации». В идеологеме выражаются идеи аппарата власти, заявляется легитимное право на власть, определяются установки, ценности, нормы и правила.

Литература

1. Фельдман Д.М. Терминология власти. – Издательство: РГГУ, 2006 г. – 488 с.
2. Быстров Н.П. Идеологема «фашизм» в советской публицистике 1922 - 1953 гг.: Диссертация кандидата филологических наук, 10.01.10. М., РГГУ, 2009. – 235 с.
3. Кирия К.Д. Новостной телевизионный текст: структура, стратегия, экспрессивность: Диссертация кандидата филологических наук, 10.01.10. М. МГУ, 2007. – 327 с.
4. Первый Канал. Программа «Время». Новостной сюжет: Главная политическая тема дня: Дмитрий Медведев подвел итоги уходящего года. 23 декабря 2010 г.
5. Первый Канал. Программа «Время». Новостной сюжет: Минтимер Шаймиев награжден орденом «За заслуги перед Отечеством» III степени. 6 февраля 2011 г.
6. Первый Канал. Программа «Время». Новостной сюжет: 14. 15 лет назад была создана Счетная палата РФ. 18 января 2011 г.
7. Большая советская энциклопедия / под ред. Прохоров, А.М.; Байбаков, Н.К.; Благонравов, А.А. и др.: Большая советская энциклопедия. 1969-1978 г.; М.: Советская Энциклопедия.
8. Гавров С.Н. Модернизация России: постимперский транзит: Монография / пред. Л.С. Перепелкина. – М.: МГУДТ, 2010. – 269 с.

Публикации соискателей ученых степеней

9. Современный экономический словарь. / под ред. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 495 с.

10. Первый Канал. Программа «Время». Новостной сюжет: Финансирование инновации и инвестиции. 14 февраля 2011 г.

11. Первый Канал. Программа «Время». Новостной сюжет: Состоялся первый визит президента Украины Виктора Януковича в Россию 5 марта 2011 г.

12. Первый Канал. Программа «Время». Новостной сюжет: Престижная и высокооплачиваемая работа – в России стартовал Год Учителя. 21 января 2011 г.

13. Первый Канал. Программа «Время». Новостной сюжет: Д. Медведев: до конца 2012 года все военнослужащие будут обеспечены жильем. 22 февраля 2011 г.

14. Первый Канал. Программа «Время». Новостной сюжет: Программные заявления на Международном экономическом форуме в Петербурге. 18 июня 2011 г.

15. Первый Канал. Программа «Время». Новостной сюжет Дмитрий Медведев посетил телекомплекс Russia Today. 14 апреля 2011 г.

16. Первый Канал. Программа «Время». Новостной сюжет: Дмитрий Медведев: Государственные компании должны увеличить расходы на НИР и ОКР. 25 декабря 2010 г.

17. Первый Канал. Программа «Время». Новостной сюжет: Приоритетная задача государства – создание качественного правосудия. 2011 г.

18. Первый Канал. Программа «Время». Новостной сюжет: Дмитрий Медведев находится с государственным визитом в Норвегии. 26 апреля 2011 г.

19. Первый Канал. Программа «Время». Новостной сюжет: В России будет создан – Центр исследований и разработок. 11 февраля 2011 г.

20. Первый Канал. Программа «Время». Новостной сюжет: Президент Дмитрий Медведев встретился с главой Внешэкономбанка Владимиром Дмитриевым). 25 июня 2011 г.



Рубрику ведет Т.П. Устинова - руководитель территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Орловской области

О СОСТАВЛЕНИИ БАЗОВЫХ ТАБЛИЦ «ЗАТРАТЫ-ВЫПУСК» ПО ДАННЫМ ЗА 2011 ГОД

А.Н. Дмитриева, начальник отдела сводных статистических работ, региональных счетов и балансов Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Орловской области

В целях формирования официальной статистической информации о межотраслевых связях и структурных пропорциях экономики Российской Федерации, а также повышения качества статистических и прогнозных расчетов макроэкономических показателей Росстату Распоряжением Правительства РФ от 14 февраля 2009г. № 201-р поручено разработать базовые таблицы «затраты – выпуск» за 2011 год и в 2015 году предоставить их в Правительство Российской Федерации.

Базовые таблицы «затраты-выпуск» являются составной частью Системы национальных счетов (СНС) и представляют собой интегрированную систему макроэкономических показателей, всесторонне характеризующих структуру экономики в детализированном разрезе видов экономической деятельности и продукции. Таблицы позволяют обеспечить более детальный анализ процесса производства и использования товаров и услуг, а также образования и использования доходов, создающихся в процессе производства.

В международной практике базовые таблицы «затраты-выпуск» разрабатываются, как правило, один раз в 5 лет. В практике советской статистики эти таблицы, называемые ранее межотраслевыми балансами, также строились на регулярной основе (за 1959, 1966, 1972, 1977, 1982 и 1987 гг.). Последние базовые таблицы «затраты-выпуск» в России составлялись за 1995 год и впервые были построены на принципиально новой методологии системы национальных счетов, соответствующей рыночной экономике. Номенклатуры отраслей и продукции в этих таблицах базировались на действующем в тот период Общероссийском классификаторе отраслей народного хозяйства.

В международной практике регулярность составления и степень детализации базовых таблиц «затраты - выпуск» являются индикатором качества расчета важнейших макроэкономических показателей, так как данные таблицы служат основой для получения сбалансированных и более точных оценок валового внутреннего продукта. В соответствии с международными стандартами базовые таблицы «затраты-выпуск», разрабатываемые по Российской Федерации в целом, будут включать в себя три типа таблиц:

- таблицу ресурсов товаров и услуг (ТР);
- таблицы использования товаров и услуг (ТИ);
- симметричную таблицу «затраты-выпуск».

Кроме того, будут разработаны вспомогательные таблицы (матрицы) транспортных и торговых наценок по видам, налогов и субсидий на продукты.

ТР – таблица типа продукт-отрасль, по строкам которой перечислены продукты, по столбцам – отрасли, импорт, транспортные, торговые наценки, чистые налоги на продукты.

ТР отражает предложение ресурсов товаров и услуг по продуктам и типам их происхождения (отечественные продукты и импортные). В матрице отечественного производства показывается выпуск отраслей в разрезе продуктов. Столбец импорта определяет общую величину импорта в разрезе продуктов.

Кроме того, в ТР отражены основные компоненты, характеризующие переход от основных цен к ценам покупателей в разрезе продуктов (транспортные, торговые наценки, чистые налоги на продукты).

ТИ – таблица типа продукт-отрасль, по строкам которой перечислены продукты и компоненты добавленной стоимости, по столбцам – отрасли и категории конечного использования продуктов. Состоит из трех таблиц (квадрантов). I квадрант показывает промежуточное потребление в разрезе продуктов и отраслей, II – использование продуктов на конечное потребление, валовое накопление капитала и экспорт, III квадрант характеризует компоненты добавленной стоимости (оплата труда, другие налоги за минусом субсидий на производство, потребление основного капитала и чистую прибыль) по отраслям.

В зависимости от поставленной задачи исследования предусмотрен расчет стоимости каждого использованного на промежуточное потребление продукта по отраслям экономики и по категориям конечного спроса с учетом торговых, транспортных наценок и чистых налогов на продукты (в ценах покупателей) и без их учета (в основных ценах).

ТР и ТИ наиболее точно описывают операции, существующие в реальной жизни. Они тесно связаны с фактическими наблюдениями и максимально приближены к исходным статистическим данным. При составлении таблиц ресурсов и использования вся имеющаяся информация о производстве, импорте и использовании товаров и услуг по группам производителей (отраслям), полученная из различных источников, объединяется, а затем с целью согласования всех ее частей подвергается балансировке.

Сбалансированные таблицы ресурсов и использования служат исходным материалом для составления симметричных таблиц «затраты - выпуск». Симметричная таблица «затраты-выпуск» (ТЗВ), более известная как

межотраслевой баланс производства и распределения товаров и услуг, представляет собой таблицу типа отрасль-отрасль или продукт-продукт. Симметричность означает, что в строках и столбцах ТЗВ показаны одинаковые классификационные единицы - однородные группы продуктов или отраслей.

Международными стандартами не определены конкретные требования относительно номенклатуры продукции, выделяемой в ТЗВ, однако существуют рекомендации, что перечень продуктов должен быть больше перечня отраслей. Размерность ТЗВ предполагается в исходном (рабочем) варианте 307 отраслей и 662 продукта, в выходном – 185 отраслей и 337 продуктов. ТЗВ имеет большое аналитическое значение, поскольку именно на ее основе осуществляется расчет коэффициентов полных затрат (мультипликаторов), с помощью которых проводятся сценарные и прогнозные расчеты развития экономики.

Для расчета показателей базовых таблиц «затраты-выпуск» необходима интеграция большого объема разнородной информации, полученной из различных источников, в частности, будут использоваться данные более 30 форм текущих статистических наблюдений, а также сводные данные бухгалтерской отчетности коммерческих нефинансовых организаций, формируемые Росстатом. Кроме того, потребуется информация других ведомств:

Федерального казначейства – о составе доходов и расходов бюджетных учреждений;

Федеральной налоговой службы – о начислении и поступлении налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему в разрезе видов экономической деятельности;

Федеральной таможенной службы – об экспорте и импорте товаров в национальной валюте по текущему курсу доллара США на дату выпуска товара в свободное обращение и о вывозных и ввозных таможенных пошлинах в разрезе 10-значных кодов ТН ВЭД России;

Банка России – о составе затрат на производство, структуре основного и оборотного капитала кредитных организаций в разрезе детальной номенклатуры товаров и услуг.

Получаемая в настоящее время информация в рамках действующего порядка информационного взаимодействия Росстата с этими организациями, является недостаточной. Степень ее детализации, в отдельных случаях, и форма предоставления не отвечают требованиям информационного обеспечения разработки базовых таблиц «затраты-выпуск».

Несмотря на широкий круг наблюдаемых показателей в системе Росстата, информационная база также является недостаточной. Поэтому отдельные формы федерального статистического наблюдения за 2011 год будут дополнены новыми показателями, необходимыми для информационного обеспечения разработки базовых таблиц «затраты-выпуск». Но наиболее проблемной зоной при построении этих таблиц является получение детализированной информации о затратах на производство и реализацию продукции. В текущих статистических наблюдениях такого рода информация существует на уровне укрупненных агрегатов.

Для этой цели Росстату вышеуказанным Распоряжением Правительства РФ было поручено провести во II квартале 2012 году выборочное федеральное статистическое наблюдение за затратами на производство и

Социальная статистика

(или) реализацию товаров (работ, услуг) и результатами деятельности хозяйствующих субъектов (далее – выборочное наблюдение) за 2011 год.

Объектами выборочного наблюдения являются все категории хозяйствующих субъектов:

- коммерческие организации;
- некоммерческие организации;
- индивидуальные предприниматели, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей;
- нотариусы, занимающиеся частной практикой;
- адвокаты, учредившие адвокатский кабинет.

При проведении выборочного наблюдения будут использоваться комбинированные способы. Обследование коммерческих организаций, не являющихся субъектами малого предпринимательства, будет проводиться в сплошном порядке, субъекты малого предпринимательства, некоммерческие организации и физические лица – на выборочной основе. Алгоритмы и размеры выборки для различных категорий хозяйствующих субъектов в настоящее время еще окончательно не определены. Выборка по малым предприятиям будет производиться на основе итогов сплошного статистического наблюдения малого и среднего бизнеса, проводимого органами государственной статистики в настоящее время.

При обследовании юридических лиц будет использован метод заполнения бланков учетным персоналом организаций с последующей их доставкой в территориальные органы Росстата, при обследовании физических лиц (индивидуальных предпринимателей, нотариусов и адвокатов) – метод опроса интервьюерами-экспертами.

Система показателей выборочного наблюдения обеспечит расчет следующих показателей базовых таблиц «затраты-выпуск»:

- выпуск отраслей в разрезе кодов ОКВЭД;
- выпуск продукции в разрезе кодов ОКПД;
- промежуточное потребление в разрезе кодов ОКВЭД;
- добавленная стоимость по элементам (заработная плата, отчисления на социальное страхование, потребление основного капитала, чистая прибыль, налоги на производство, субсидии на производство);
- среднегодовая численность занятых;
- среднегодовая стоимость основных производственных и непроизводственных активов по видам активов;
- валовое накопление основного и оборотного капитала по видам активов.

В настоящее время Росстат разработал и утвердил приказами от 15.03.2011 г. № 64, от 17.03.2011 г. № 70 и от 31.03.2011 г. № 83 статистический инструментарий для проведения данного обследования. Причем, для крупных и средних коммерческих организаций формы разработаны для каждого вида экономической деятельности с учетом индивидуальных особенностей структуры затрат на производство.

Предшествовало этому проведение Росстатом в сентябре-октябре 2010 года пилотного выборочного обследования затрат организаций. Основной целью пилотного обследования было уточнение методологии и инструментария предстоящего статнаблюдения. Ставилась также задача

выяснения основных источников бухгалтерского учета, применения программных средств, трудозатрат по заполнению бланка статнаблюдения и др.

В ходе пилотного обследования специалистами Орелстата было обследовано 40 организаций области разных типов. Среди основных проблем исполнители отмечали, прежде всего, сложность заполнения отдельных показателей в виду отсутствия соответствующего первичного учета, прежде всего, из-за требующейся достаточно глубокой детализации затрат. Кроме того, для работников учета организаций со сложным технологическим процессом вызывала трудности идентификация статей расходов в соответствии с кодами Общероссийского классификатора продукции по видам экономической деятельности (ОКПД), им требовалась помощь специалистов производства (инженеров, технологов).

В рамках подготовки к выборочному обследованию Росстатом разработана и утверждена Номенклатура товаров и услуг (на основе ОКПД), в разрезе которой будет собираться информация о расходах на производство и продажу продукции (товаров, работ, услуг) крупных и средних коммерческих организаций за 2011 год.

В целях снижения нагрузки на респондентов по заказу Росстата ООО «НПЦ «1С» разработан программный продукт, обеспечивающий возможность заполнения респондентами форм выборочного наблюдения, их печать для последующего предоставления в территориальные органы и в Росстат в бумажном или в электронном виде.

Рабочее название данного программного продукта – «1С: Обследование затрат предприятий 8». Он является автономным и может быть использован любой организацией, имеющей в наличии IBM – совместимый компьютер или ноутбук с минимальными техническими характеристиками. Сопровождение разработанного программного продукта и консультационная поддержка будет осуществляться специалистами территориальных органов госстатистики в течение всего периода эксплуатации.

В качестве помощника при идентификации товаров и услуг также разработана Автоматизированная поисково-идентификационная система («Словник»), предназначенная для классификации информации о производимых товарах и услугах, осуществляемых видах экономической деятельности, предоставленной респондентами в произвольном словесном изложении в соответствии со стандартными классификационными группировками ОКПД и ОКВЭД.

Перед территориальными органами государственной статистики стоит непростая задача – обеспечить в полном объеме сбор достоверных сведений о хозяйственной деятельности респондентов. Однако выполнение этой цели осложнено полным отсутствием у хозяйствующих субъектов мотивации участия в выборочном обследовании.

В ходе подготовки к успешному проведению выборочного обследования планируется проведение широкой информационно-разъяснительной работы, основной задачей которой являются повышение осведомленности респондентов о целях и задачах выборочного наблюдения, о правовой обязанности участвовать в наблюдении и о возможных санкциях в случае отказа с их стороны, о гарантиях и механизмах соблюдения конфиденциальности в отношении предоставленной информации и т.п.

В ходе этой кампании очень важно донести до респондентов, что обработка первичных статистических данных, содержащихся в формах текущих и единовременных статистических наблюдений, используемых при построении базовых таблиц «затраты-выпуск», расчет и согласование показателей будут проводиться при соблюдении конфиденциальности информации и в условиях, гарантирующих в соответствии с законодательством Российской Федерации защиту данных от несанкционированного доступа, предотвращение их хищения, утраты, подделки или искажения.

Итоговые таблицы «затраты-выпуск» будут содержать сводные показатели в разрезе отраслей и продуктов и не позволят получить пользователям конфиденциальную информацию.

Базовые таблицы «затраты-выпуск» за 2011 год будут предоставлены Росстатом Правительству Российской Федерации и официально опубликованы в IV квартале 2015 года. Помимо таблиц ресурсов и использования товаров и услуг и симметричной таблицы «затраты-выпуск» публикация будет содержать комплекс аналитических показателей, рассчитанных на основе этих таблиц и характеризующих основные макроэкономические пропорции (коэффициенты прямых и полных затрат, структуры промежуточного и конечного спроса, добавленной стоимости и т.д.).

Успешное проведение выборочного федерального статистического наблюдения за затратами на производство и (или) реализацию товаров (работ, услуг) и результатами деятельности хозяйствующих субъектов за 2011 год позволит выполнить поставленные цели:

- сформировать официальную статистическую информацию, содержащую комплексную характеристику межотраслевых связей и структурных пропорций экономики Российской Федерации в детализированных разрезах отраслей и продукции, основанных на Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности и Общероссийском классификаторе продукции по видам экономической деятельности;
- получить инструмент для осуществления прогнозирования экономики в целях выработки экономической политики государства;
- создать надежную базу для:
 - проведения сценарных расчетов развития экономики для оценки влияния различных факторов (снижение импорта, рост цен на отдельные виды продукции, изменение ставок налогов, увеличение конечного спроса на отдельные товары и услуги и др.);
 - повышения качества и надежности основных макроэкономических показателей;
 - разработки ежегодных кратких таблиц «затраты-выпуск»;
 - уточнения параметров ненаблюдаемой экономики в разрезе групп товаров и услуг на основе метода товарных потоков;
 - разработки спутниковых счетов (туризма, сельского хозяйства, здравоохранения и т.д.);
 - расчета многофакторной производительности и экономического роста в рамках международного проекта KLEMS.

**Требования, предъявляемые к рукописи статьи
для Бюллетеня региональных социологических исследований**

1) Статья, представляемая в редакцию, должна соответствовать профилю издания и представлять результаты проведенных эмпирических исследований с обязательным описанием методологии. Изложение материалов должно быть ясным, без длинных введений и повторов, с разъяснением узкоспециальных терминов.

2) Статья должна быть набрана в текстовом редакторе Microsoft Office Word, напечатана на одной стороне листа формата А4. Шрифт Arial, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – одинарный. Ширина полей: слева 2 см; справа 2 см; сверху – 2 см; снизу – 2 см. Абзацный отступ – 1,25.

3) Все материалы должны быть представлены в электронном виде.

4) В первой строке приводится название статьи, которое дается прописными буквами и полужирным шрифтом (выравнивание по центру).

5) Во второй строке указываются инициалы и фамилия автора(ов).

6) В третьей строке приводится авторская справка, в которой необходимо указать фамилию, имя, отчество (полностью), ученую степень и звание, должность, город и учебное заведение / место работы, домашний адрес, контактные телефоны, факс, e-mail. Если авторами статьи являются несколько человек, то информация дается о каждом авторе. Учебное заведение, место работы даются полным названием без каких-либо аббревиатур.

7) Сокращения слов, кроме общепринятых, в статье не допускается. Аббревиатуры включаются в текст лишь после их первого упоминания с полной расшифровкой.

8) Количество таблиц должно соответствовать объему представленной информации. Данные, представленные в таблицах, не должны дублировать данные графиков, схем и текста, и наоборот. Таблицы должны быть наглядными, иметь название, заголовки должны точно соответствовать содержанию граф. В статье на каждую таблицу должна быть обязательная ссылка. Название таблиц выделяется полужирным шрифтом.

9) Формулы должны быть набраны в редакторе формул Microsoft Equation и вставлены в текст по формату абзаца. Формулы следует нумеровать. Если формула единственная, то в ее нумерации нет необходимости.

10) Количество рисунков (графиков, схем) должно соответствовать объему представляемой информации. Рисунки, графики и схемы не должны дублировать текст статьи. Каждый рисунок должен быть четким, иметь нумерацию и название. Рисунки должны быть сделаны с помощью Microsoft Office Word и быть черно-белыми. Название рисунков выделяется полужирным шрифтом.