

## МЕЖЛИЧНОСТНОЕ ДОВЕРИЕ И УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ КОММУНИКАТИВНОЙ СРЕДОЙ В РЕГИОНЕ

Реутов Е.В., Тришина Т.В. (Белгород)

*Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ. Грант "Микропрактики солидарности в социальном пространстве местного сообщества" №15-03-00378.*

Межличностное доверие, удовлетворенность отношениями в микрогруппах и устойчивая коллективная идентичность являются важными показателями социального самочувствия и удовлетворенности качеством жизни и одновременно их существенным фактором. В частности, доверие представляет собой необходимое условие стабильности мироощущения людей, без которой оно деформируется и становится подверженным деградации и стрессу, и легитимации социального порядка. Как отмечает А. Селигмен, "власть, господство и насилие могут... на какое-то время решить проблему социального порядка, организации разделения труда и всего с этим связанного, но они не способны сами по себе обеспечить основу для поддержания этого порядка в долговременной перспективе" [1, с. 7]. Используемое социологами понятие обобщенного межличностного доверия, выраженное в опросниках формулировкой "можно ли доверять большинству людей", служит достаточно четким показателем состояния массового сознания с точки зрения наличия в нем стрессов, тревожности и иных негативных состояний. Но эти субъективные установки отражают и вполне объективную ситуацию в обществе, уровень социальной и экономической стабильности, характер криминальной ситуации, наличие иных кризисных явлений.

В задачи данной статьи, написанной по результатам репрезентативного регионального исследования (ОАУ "Институт региональной кадровой политики", N=8363 респондента, июль-август 2016 г.), входит выявление параметров социального самочувствия, связанных с межличностным доверием и удовлетворенностью средой общения, и их динамики.

Полученные в ходе исследования данные позволяют констатировать достаточно благоприятную тенденцию в сфере обобщенного межличностного доверия. Так, более половины респондентов (55,9%) считают, что большинству людей можно доверять. Противоположную точку зрения высказали 36,9% опрошенных. Тем самым после достаточно ощутимого спада произошел возврат значений показателя к ситуации двухгодичной давности. По всей видимости, ощутимое ухудшение ситуации с межличностным доверием в 2015 году было связано со стрессом, вызванным развитием экономического кризиса, нарастанием тревожных ожиданий и неуверенности в будущем. В 2016 же году, хотя объективно ситуация и мало изменилась в лучшую сторону, массовое сознание вполне адаптировалось к новой реальности.

Показатель межличностного доверия коррелирует с некоторыми социально-демографическими характеристиками респондентов. Что характерно, пол респондентов, по сравнению с предыдущими волнами опросов, утратил значимость для выраженности обобщенного межличностного доверия. Ранее у женщин доверие носило более выраженный характер. Среди возрастных групп наибольший уровень обобщенного межличностного доверия зафиксирован у респондентов 30-39-ти и 40-59 лет - у них доля доверяющих большинству людей значительно превышает долю не доверяющих; заметно ниже уровень доверия - у "крайних" возрастных групп. Существенными оказались различия в поселенческих группах. В городах и поселках городского типа уровень доверия оказался значительно ниже, чем в сельской местности. Так, в городах и ПГТ 49,9% респондентов считают, что большинству людей можно доверять, и 43,0% - что нельзя. В селах это соотношение – 66,7% и 25,9%.

Удовлетворенность средой общения, являясь одним из индикаторов социального самочувствия, косвенно указывает и на приоритеты в социальной самоидентификации.

Учитывая "фамилистический" характер российского общества (во многом обусловленный дефицитом институционального и межличностного доверия), вполне объяснимо, что из всех кругов повседневных социальных взаимодействий наиболее высоко оценивается респондентами качество семейных отношений. Так, в той или иной мере удовлетворенность отношениями в семье выразили 79,8% опрошенных. Из них 48,2% - те, кто декларировал полную удовлетворенность. Неудовлетворенность семейными отношениями в той или иной мере отметили 8,8% опрошенных.

При этом из субъектов оценки оказались исключены 10,8% респондентов, не имеющих семьи. По сравнению с прошлыми волнами мониторинга следует отметить некоторую тенденцию к ухудшению оценок - заметно меньше стала доля респондентов, однозначно удовлетворенных отношениями в семье - она составила меньше половины выборочной совокупности. При этом необходимо учитывать сензитивность (чувствительность) темы семейных отношений для респондентов и возможное завышение оценок при необходимости их "внешней" презентации.

Небольшие различия в уровне удовлетворенности семейными отношениями прослеживаются в ответах мужчин и женщин. Первые несколько чаще дают однозначно благоприятные оценки. У женщин чуть выше уровень неудовлетворенности, хотя эта разница - в пределах статистической погрешности. Удовлетворенность семейными отношениями с увеличением возраста несколько снижается. У самой старшей возрастной группы это объясняется утратой семейных связей и проживанием в одиночестве, что обусловлено уходом из жизни супругов и территориальным отдалением детей. Однако наиболее высокий уровень неудовлетворенности наблюдается в возрастной группе 40-59-летних. Это новая по сравнению с прошлыми замерами тенденция. Не исключено, что в ситуации социально-экономической нестабильности именно этой возрастной группе приходится задействовать весь свой адаптивный потенциал. И это неизбежно отражается на качестве семейных отношений. Наиболее удовлетворены отношениями в семье молодые респонденты, которые, напротив, еще не испытали всех проблем, связанных с выстраиванием семейных отношений, с материальным обеспечением и воспитанием детей. Удовлетворенность отношениями в семье существенно не различается по поселенческому признаку, хотя с учетом того, что среди сельских респондентов оказалось заметно больше одиноких людей, в селе она все-таки выше.

С выходом за пределы семейных отношений на уровень дома, двора, улицы (в селе) высокая степень удовлетворенности сохраняется. Так, доля тех, кто удовлетворен в целом отношениями со своими соседями и людьми, проживающими в одном дворе, на одной улице, составила 83,8% - даже больше, чем отношениями в семье. И данный показатель, по сравнению с более ранними замерами (особенно с 2015 годом), вырос. Полностью удовлетворены соседскими отношениями 37,4% опрошенных; "скорее удовлетворены, чем не удовлетворены" 46,4%. Скорее не удовлетворены, чем удовлетворены, отношениями с соседями 11,5%, совершенно не удовлетворены 3,4%. Доля неудовлетворенных в целом соседскими отношениями, таким образом, составила около седьмой части опрошенных.

Однако при интерпретации данного факта необходимо учитывать, что, во-первых, в оценке удовлетворенности семейными отношениями не участвовала десятая часть выборочной совокупности - те, кто живет в одиночестве. И, во-вторых, специфика территориальных связей состоит в меньшей эмоциональной близости, нежели в семье, в наличии социальной и физической дистанции. Следовательно, оценивая качество соседских отношений респонденты исходят, прежде всего, из наличия или отсутствия явных конфликтов, нежели из качества реальных коммуникаций.

Удовлетворенность социальной средой на локальном уровне незначительно выше у мужчин - и это является новшеством по сравнению с прошлыми замерами, в которых женщины высказывали большую удовлетворенность. Существенных различий в удовлетворенности отношениями с соседями по возрастному признаку не выявлено, за исключением несколько более высокого уровня удовлетворенности у пожилых респондентов. Это вполне объяснимо, исходя из их более высокой коммуникабельности и наличия свободного для общения времени у неработающих пенсионеров.

В отличие от прошлогодних замеров, сельские жители перестали выказывать большую удовлетворенность отношениями с соседями. Теперь этот показатель практически не различается в зависимости от типа поселения. Это подтверждает отмеченную ранее тенденцию изменения структуры сельского населения - особенно вблизи городских агломераций. Если среди городских респондентов доля тех, кто полностью удовлетворен качеством отношений с соседями и людьми, проживающими в непосредственной близости, составила 36,8%, то среди сельских - 38,1%; скорее удовлетворенных - соответственно, 46,2% и 46,9%. То есть преимущество селян оказалось в пределах статистической погрешности. В целом не удовлетворены соседскими отношениями 15,7% горожан и 13,8% сельских жителей. В меньшей мере соответствует желаемому качество отношений на мезолокальном уровне - в городе, поселке, селе, в которых проживают респонденты. Однако и здесь доля тех, кто в целом удовлетворен отношениями между людьми, оказалась вполне сопоставимой с предыдущими уровнями взаимодействий и составила 77,0%. При этом тех, кто удовлетворен качеством отношений полностью - уже значительно меньше -

26,4%. Значения данного показателя преодолели прошлогодний спад и несколько превысили уровень 2014 года. Разница между «мужскими» и «женскими» ответами оказалась достаточно заметной - мужчины, как и в предыдущих случаях, чаще высказывали удовлетворенность, особенно выраженную в однозначной форме. Так, в целом удовлетворенных отношениями между людьми в городе (поселке, селе) среди мужчин - 79,6% (из них 31,7% полностью удовлетворены), среди женщин - 74,6% (из них 21,5% полностью удовлетворены). Возрастные различия в удовлетворенности отношениями в месте проживания незначительны. Но у самой старшей возрастной группы удовлетворенность выражена несколько сильнее. Достаточно заметной оказалась разница в ответах городских и сельских жителей (в пользу последних). Доли в целом удовлетворенных соответствующими отношениями различаются на 8,2 п.п. Отношения между людьми в сельской местности, по самооценке респондентов, гораздо более комфортны, нежели в городских поселениях. Если в селе доля положительных ответов составляет 82,2%, то в городе - 74,0%. И, наоборот отрицательных оценок в селе - 14,1%, в городских поселениях - 22,6%. Однако по сравнению с прошлогодними замерами различия достаточно существенно сгладились. Причем произошло это, главным образом, за счет улучшения оценок горожан.

Таким образом, рассматривая показатели обобщенного межличностного доверия и удовлетворенности социальными отношениями на микро- и мезолокальном уровнях социальной коммуникации, следует отметить улучшение социально-психологического климата по сравнению с прошлым годом и возврат, а в некоторых случаях и превышение показателей 2014 года. Наиболее существенный рост произошел в уровне обобщенного межличностного доверия. Ощутимо повысился уровень удовлетворенности отношениями между людьми на уровне соседского и местного сообществ.

*1. Селигмен, А. Проблема доверия. - М.: Идея-Пресс, 2002. - 256 с.*

## **ЦЕННОСТНЫЕ УСТАНОВКИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

**Салистая Г.С. (Москва)**

Процессы культурной глобализации, экспансия массовой культуры, как источника потребления стандартизованных духовных ценностей и образа жизни, – оказывают значимое влияние на формирование потребностей, представлений и идеалов, стандартов поведения, ценностных ориентаций и ценностных установок. Восприятие красоты и эстетических норм внешности, – сталкивается с трансформациями, характерными и для культуры в целом. Традиционные представления о красоте, в контексте российской культуры, претерпевают в настоящее время значительные изменения. Колоссальное влияние западной культуры, тенденции к глобализации и унификации канонов женской красоты, приводят к формированию ценностных установок, направленных на «улучшение» внешности, согласно «идеалам красоты», навязанным масс культурой [1].

Воздействие средств массовой информации на человеческое сознание, создание культурных образцов и эстетических клише, эксплуатирующих ценностную взаимосвязь красоты и здоровья, – способствует продвижению культа молодости, оказывает активное влияние на представления социума. В контексте новых образцов массовой культуры, концепция женской красоты и связанные с ней ценностные установки, приобретают новые выражения. Красота становится условием социального принятия и выбор индивида, связанный с несоответствием стереотипам, влечет за собой определенные социальные потери. Ценностные установки, в основании которых лежит потребность действия в направлении работы над своей внешностью, обусловленные фактором социального принятия, – направляют индивида в сторону массового потребления услуг эстетической медицины и индустрии красоты по омоложению, коррекции параметров тела [4, 1092-1096].

Стремительное развитие медицинских технологий, создание инновационных препаратов и повышение доступности медицинских услуг в сфере красоты создают революционные возможности в достижении модных стандартов. Тем не менее, общество переживает эпидемию недовольства своей внешностью. В рекламных сообщениях красота связывается с идеей личного счастья; формирующиеся при этом ценностные установки выражаются в уверенности в том, что существующие проблемы взаимосвязаны с внешностью и могут быть решены, если выглядеть по-другому. Определенную роль играет и заинтересованность индустрии красоты в недовольстве