



УДК 316.472.45

© Г. Э. Говорухин, М. В. Сергиенко, 2013

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ГРУПП СРЕДНЕГО ПРОМЫШЛЕННОГО ГОРОДА (НА ПРИМЕРЕ Г. КОМСОСОЛЬСКА-НА-АМУРЕ)

Говорухин Г. Э. – д-р соц. наук, проф. кафедры «История и юриспруденция», тел.: (4217) 54-11-04, e-mail: govorukhin@mail.ru; Сергиенко М. В. – ст. лаборант кафедры «История и юриспруденция», тел.: (4217) 54-11-04, e-mail: maria311286@mail.ru (АмГПУ)

Социальные сети занимают важное место в системе общественных взаимодействий. Через сети происходит транслирование жизненно важной информации для населения. В современных условиях необходимо оценивать реальное значение социальных сетей для государства, и возможности использования их ресурсов для социального проектирования. В частности, профессиональная деятельность накладывает свой отпечаток на формирование социальных сетей, а значит, возможно, и регулирование социальных взаимоотношений через профессиональные группы.

Social networks play an important role in the system of social interactions. The vital information addressed to the public broadcasts over networks. In the modern conditions it is necessary to evaluate the real value of social media to the state and the possibility of using their resources for social projects. In particular, professional activity affects the formation of social networks and possibly the regulation of social relationships through professional groups.

Ключевые слова: социальные сети, социальный капитал, профессиональные группы, актор, социальные программы.

Административная система современной России в последнее десятилетие активно переходит в формат планирования не только экономических, но и социальных проектов. В рамках планирования активно предпринимаются попытки заложить прогнозируемые показатели на развитие социально-хозяйственной деятельности страны. В строгом смысле слова эти показатели в значительной степени условны. Поскольку слабо прогнозируема социальная решетка общества и мало описаны так называемые социально сетевые взаимодействия.

Социальные сети в очень узком смысле являются структурированными субъект-объектными отношениями, обладающими коммуникативными каналами передачи объектов обладающих ценностью. Все что несет социальную ценность, обладает значимостью, будь то информация, материальные объекты, сами люди, в той или иной степени оказываются субъектами социальных сетей, либо условием по поводу чего существуют коммуникативные каналы социальных сетей. Нечто, не имеющее ценность, не будет частью социального взаимодействия, а как следствие не будет транслироваться.

Что бы понять, что именно будет обществом приниматься, какие социальные и экономические проекты будут в нем работать необходимо, выявить аксиоматическую приемлемость тех или иных программ в таком обществе. Ну, а дальше строить прогнозы о том, как эти программы, будучи укоренёнными и в социальных сетях и обладающими определенной ценностью начнут реализовываться. Именно этому вопросу и будет посвящена настоящая статья.

Современное общество создало образ социальных сетей как веб платформы предназначенной для отражения и организации социальных взаимоотношений. Ключевым словом в таком понимании является веб, т.е. всемирная компьютерная паутина. Такое понимание является продуктом эпохи массовой культуры и в строгом смысле слова выступает концептом интернетовского сетевого взаимодействия. И, это, фреймовая или, если угодно рамочная оценка понятия социальной сети.

Несмотря на очевидную ориентированность такого определения на массовые языковые клеше оно не так уж разнится с определениями, которые предлагают исследователи. Очевидно, что смысловой корень понятия социальная сеть находится в самой системе массовой коммуникации. Вот одно из определений сети – «это совокупность объектов, связанных друг с другом многонаправленными линейными (матричными) зависимостями» [1]. Социальные сети представляют собой взаимозависимые узлы коммуникативных блоков. Блоки организуются вокруг неких принципов взаимодействия, таких как, например производство, потребление, в понимании М. Кастельса [2], относящихся к глобальной экономике. Естественным критерием такой организации становится участие в едином информационном потоке и признание общих правил социальной, политической, гендерной и иной атрибутики [3] участниками сетевого взаимодействия.

Вот именно об одном из вариантов такой атрибутики- профессиональном интересе и его ценностной характеристике мы будем говорить на примере жителей города Комсомольска–на-Амуре.

Город Комсомольск-на-Амуре имеет ряд исторически сложившихся особенностей. В частности это типичный советский промышленный город. Это город где не было традиционно проживающего населения. Это город где ранее все население было приезжее и напрямую зависело от работы промышленных предприятий. Безусловно, такая специфика города, отражается на со-



циальные сети населения. Мы можем предположить, что социальные сети в городе Комсомольске-на-Амуре довольно замкнуты и имеют основные два источника – это место учебы и работы. Так как в Комсомольске-на-Амуре довольно сложно найти достойную работу, то люди сильно привязаны к своему предприятию и неохотно его меняют.

Вместе с тем стоит отметить, что в последнее время наметилась тенденция к расширению рынка труда. Комсомольск-на-Амуре второй по численности город Хабаровского края, в связи с чем многие коммерческие предприятия закрепившись в Хабаровске, выходят на новый для них рынок в Комсомольск. Это, в свою очередь привело к дефициту рабочей силы. Согласно официальным данным, представленным городской администрацией komcity.ru за 5 декабря 2012 г. На 1 декабря 2012 года численность горожан, зарегистрированных в службе занятости в качестве безработных, составляет 1863 человека. Регистрируемый уровень безработицы – 1,2%. Вакансий, поданных от предприятий и организаций, согласно, этому источнику, на 1 декабря насчитывается 5144 единицы. Другой официальный источник – начальник управления экономического развития администрации города В. Г. Чесноков в своем докладе делает прогноз о 1,5%-1,7% безработных к концу 2012 г. К февралю 2013 года этот показатель вырос, но не существенно.

За счет пришедших в город коммерческих структур, крупных супермаркетов безработица была снижена.

Вполне понятно, что город близок к тому, чтобы исчерпать свой ресурс в сфере продажи услуг и элитных товаров. Комсомольск-на-Амуре не в состоянии «проглотить» такое количество коммерческих предприятий, которые пришли на городской рынок в 2012 году и налицо оказывается кадровый голод предприятий. В этих условиях предприятия усиливают рекламную кампанию уже не только среди клиентов услуг и товаров, предлагаемых предприятиями, но и среди работников. Правда, на сегодняшний день трудно сказать насколько это долгосрочная проблема, но каркас профессиональной сети и ценности, проходящие через терминалы социальных сетей, претерпевают некоторые изменения.

Особенность на рынке рабочей силы накладывает свой отпечаток на состав социальной сети актора.

С 25 октября по 15 ноября 2012 года нами было проведено социологическое исследование на тему «Влияние профессиональной деятельности на личные связи комсомольчан». В качестве объекта исследования выступали жители города Комсомольска-на-Амуре (анкетный опрос, n=400; доверительная вероятность 95%, доверительный интервал $\pm 5\%$). Тип выборочной совокупности – квотный в разрезе районов города (Центральный округ n=250, Ленинский округ n=150) и простой вероятностный при отборе улиц, случайный на этапе отбора респондентов. Массовый опрос проводился методом формализованного интервью по месту жительства респондентов.



В ходе исследования была предпринята попытка оценить состав и профессиональную ориентацию социальной сети среднестатистического комсомольчанина. Была выявлена общая картина.

Наибольшую долю в социальной сети занимают работники торговли – 70%, за ними следуют представители сферы образования – 58%, работники здравоохранения – 51%, авиастроители – 46%, военнослужащие – 44%. Менее представлены в социальных сетях работники ЖКХ. Они составляют 34%. Далее, с небольшой разницей друг от друга следуют сотрудники МВД – 26%, работники нефтехимической промышленности – 24%, металлурги – 23%, судостроители – 22%. Незначительную часть в сетях занимают энергетики – 16%. На представителей других профессий приходится 3%.

Для жителей Комсомольска-на-Амуре не свойственно обращать внимание на социальное положение людей. Лишь 16% населения общаются с людьми единого с ними социального положения. Следовательно, социальные сети довольно разношерстные, в профессиональном плане, но это только если идет речь о социальном положении.

Несомненно, трудовая деятельность оказывает влияние на сети населения. При этом мы хотели показать, что в таком небольшом промышленном городе работа оказывает большое влияние на круг знакомых человека. В Комсомольске-на-Амуре немного предприятий, которые пользуются неким социальным престижем, выплачивают стабильную заработную плату, предоставляют гарантированный социальный пакет. В условиях довольно замкнутого поиска рабочих мест, горожане стараются держаться за свои предприятия. Поэтому на долю людей работающих более 10 лет на одном месте, приходится 29%, от 5 до 10 лет работают 26% людей. Менее 5 лет работает 29% горожан, менее года – 8%. Следует отметить, тот факт, что было опрошено 16% населения в возрасте от 18 до 25 лет, и 8% людей старше 56 лет, что так же сказалось на показателях. 8% населения не работают. В основном это пенсионеры, студенты или учащиеся. Данные опроса подтверждают нашу гипотезу о том, что комсомольчане довольно привязаны к своим рабочим местам.

Немаловажное значение имел вопрос о способе поиска работы. Мы хотели определить, какое место в поиске работы занимают знакомые и родственники. Результаты исследования показали, что 25% населения посодействовали в устройстве на работу их знакомые. В центр занятости обращаются 20% горожан. В основном люди стараются самостоятельно найти себе работу. На эту долю людей приходится 36%. Довольно высок процент людей, которые работают с теми, кого они знали до устройства на это предприятие – 40%. Это опять же указывает на замкнутость социальных сетей в городе Комсомольске-на-Амуре.

Для комсомольчан очень важна поддержка со стороны родственников и знакомых. Многие свои проблемы, горожане готовы решать именно с их помощью. На вопрос «В случае возникшей проблемы, в первую очередь вы к



кому обратиться?». За помощью к знакомым обратились бы 67% респондентов, 26% - в специальные государственные органы. Только 4,7% готовы решать свои проблемы самостоятельно. Результаты опроса говорят о низком уровне социального капитала, а значит и о недоверии к государственным институтам.

Так же было важно определить место интерактивных социальных сетей в жизни комсомольчан. По результатам исследования 72% используют Интернет для общения, 28% - не пользуются им. Но при таком значительном числе пользователей интерактивных социальных сетей, их роль не велика в построении новых социальных контактов. 47% пользователей общаются в глобальной сети с теми людьми, с которыми общаются и в реальной жизни.

Таким образом, мы видим, что общение в интерактивных социальных сетях в основном направлено на поддержание взаимоотношений с теми людьми с кем общаются люди в повседневной жизни, либо это родственники и друзья, находящиеся далеко, в любом случае это уже сформированные социальные сети. В итоге, интерактивные социальные сети практически не влияют на построение социальных сетей населения города Комсомольска-на-Амуре.

В ходе исследования была предпринята попытка проанализировать в какую отрасль производства больше шансов попасть с помощью родственников и знакомых, нежели самостоятельно, через ЦЗН или СМИ. Что бы устроиться на основные заводы к помощи знакомых или родственников прибегли в среднем 26% горожан. В сфере образования за помощью в трудоустройстве обращаются 23% граждан. Самыми закрытыми для «несвоих» являются МВД – 49%, сфера здравоохранения – 41%, торговля – 35% и Вооруженные силы РФ – 33%. Среди энергетиков лишь 23% нашли работу с помощью знакомых и родственников.

Методом простого сложения всех контактов каждой профессиональной группы мы выявили у кого самая обширная социальная сеть по числу участников (табл. 1).

Таблица 1

| | Образование, % | Здравоохранение, % | ВСРФ, % | Нефтехимическая промышленность, % | Торговля, % | ЖКХ, % | Авиастроение, % | Металлургия, % | Судостроение, % | Энергетика, % | МВД, % |
|-----------------|----------------|--------------------|---------|-----------------------------------|-------------|--------|-----------------|----------------|-----------------|---------------|--------|
| Образование | 81 | 75 | 50 | 50 | 60 | 38 | 58 | 53 | 75 | 33 | 42 |
| Здравоохранение | 57 | 100 | 30 | 33 | 58 | 54 | 31 | 40 | 31 | 42 | 37 |
| ВСРФ | 32 | 21 | 90 | 38 | 46 | 33 | 40 | 40 | 38 | 42 | 32 |



Продолжение таблицы 1

| | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|---------|-----|-----|-----|-----|----|-----|-----|-----|---------|---------|
| Нефтехимическая промышленность | 21 | 25 | 45 | 92 | 13 | 8 | 24 | 13 | 31 | 25 | 26 |
| Торговля | 66 | 79 | 75 | 63 | 88 | 58 | 58 | 53 | 44 | 67 | 68 |
| ЖКХ | 23 | 25 | 25 | 46 | 23 | 96 | 31 | 47 | 44 | 25 | 21 |
| Авиастроение | 38 | 50 | 45 | 58 | 43 | 25 | 93 | 7 | 38 | 17 | 32 |
| Металлургия | 15 | 18 | 10 | 25 | 19 | 17 | 9 | 100 | 25 | 67 | 32 |
| Судостроение | 23 | 32 | 5 | 17 | 26 | 38 | 11 | 20 | 100 | 8 | 11 |
| Энергетика | 13 | 14 | 10 | 21 | 15 | 21 | 9 | 13 | 6 | 92 | 5 |
| МВД | 17 | 25 | 25 | 8 | 29 | 4 | 22 | 27 | 19 | 25 | 10 0 |
| Другое | 0 | 6 | 0 | 0 | 3 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 11 |
| <i>ВСЕГО</i> | 30 5 | 370 | 320 | 359 | 335 | 29 | 295 | 313 | 351 | 35 1 | 31 7 |

Из таблицы видно, что самыми закрытыми профессиональными группами на самих себе являются: работники здравоохранения, металлурги, судостроители, сотрудники МВД и работники ЖКХ. Именно в среде этих людей сформированы наиболее жесткие цеховые принципы, позволяющие им транслировать четкие ценностные программы: корпоративность, проявляющейся в позиции свой/чужой, мы и они.

Самая обширная социальная сеть у работников Здравоохранения, нефтехимической промышленности и торговли. Наименее многочисленны социальные сети у авиастроителей, работников сферы образования и коммунальщиков. Немного шире сеть у сотрудников МВД и военнослужащих.

На следующем этапе постараемся конкретизировать структуру социальной сети каждой профессиональной группы (табл. 2).

Таблица 2

| | Образование, % | Здравоохранение, % | ВСРФ, % | Нефтехимическая промышленность, % | Торговля, % | ЖКХ, % | Авиастроение, % | Металлургия, % | Судостроение, % | Энергетика, % | МВД, % |
|-----------------|----------------|--------------------|---------|-----------------------------------|-------------|--------|-----------------|----------------|-----------------|---------------|--------|
| Образование | 22 | 16 | 12 | 10 | 14 | 11 | 15 | 13 | 17 | 7 | 10 |
| Здравоохранение | 15 | 22 | 7 | 7 | 14 | 16 | 8 | 10 | 7 | 9 | 9 |
| ВСРФ | 8 | 4 | 23 | 8 | 11 | 10 | 10 | 10 | 8 | 9 | 8 |



Продолжение таблицы 2

| | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Нефтехимическая промышленность | 5 | 5 | 11 | 20 | 3 | 2 | 6 | 3 | 7 | 6 | 6 |
| Торговля | 17 | 17 | 19 | 13 | 21 | 17 | 15 | 13 | 10 | 15 | 16 |
| ЖКХ | 6 | 5 | 6 | 9 | 5 | 30 | 8 | 11 | 10 | 6 | 5 |
| Авиастроение | 10 | 11 | 11 | 13 | 10 | 7 | 24 | 2 | 8 | 4 | 8 |
| Металлургия | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 2 | 24 | 6 | 15 | 8 |
| Судостроение | 6 | 7 | 1 | 8 | 6 | 11 | 3 | 5 | 22 | 2 | 3 |
| Энергетика | 3 | 3 | 2 | 5 | 4 | 6 | 2 | 3 | 1 | 21 | 1 |
| МВД | 4 | 5 | 6 | 2 | 7 | 1 | 6 | 6 | 4 | 6 | 24 |
| Другое | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 |

Безусловно, и это видно из таблицы, на первом месте в каждой категории преобладают представители тех же самых категорий. Теперь рассмотрим каждую категорию граждан по отдельности.

В социальной сети работников образования, после самих педагогов первое место занимают работники торговли – 17%, за ними следуют работники здравоохранения – 15% и авиастроители – 10%. Не многочисленно в социальных сетях представлены сотрудники ВС РФ – 8%, работники ЖКХ – 6%, Судостроители – 6%, работники нефтехимической промышленности – 5%, на долю металлургов и сотрудников МВД приходится по 4%. На последнем месте энергетики – 4%. В целом социальная сеть педагогов соответствует общим показателям по Комсомольску-на-Амуре.

Далее рассмотрим работников здравоохранения. Первое место в их социальной сети занимают сами работники здравоохранения – 22%. За ними следуют представители торговой сферы – 17%, образования – 16%, авиастроители – 11%, судостроители – 7%, сотрудники МВД – 5%, работники нефтехимической промышленности – 5%, металлурги – 4%, военнослужащие – 4% и замыкают сеть энергетики – 3%. На долю представителей других сфер деятельности приходится 1%.

В социальной сети военнослужащих первое место занимают сами представители Вооруженных сил – 23%. Следом за ними идут работники торговли – 19%, образования – 12%, нефтехимической промышленности и авиастроители – 11%, сотрудники здравоохранения – 7%, коммунальщики и сотрудники МВД – 6%. Немногочисленно в социальной сети представлены металлурги, энергетики – 2% и судостроители – 1%.

У работников нефтехимической промышленности социальная сеть выглядит иначе. Первое место, как и во всех группах, занимают сами же представители исследуемой категории граждан – 20%. Далее следуют представители торговли – 13%, работники образования – 10%, коммунальщики – 9%, военнослужащие и судостроители – 8%, работники здравоохранения –



7%, металлурги и энергетики – 5%. На последнем месте сотрудники МВД – 2%.

В социальной сети работников торговли на первом месте находятся их коллеги – 21%, далее следуют представители образования и здравоохранения – 14%, авиастроители – 10%, сотрудники МВД – 7%, судостроители – 6%, работники ЖКХ – 5%, металлурги и энергетики – 4%, нефтяники – 3% и на долю представителей других сфер – 1%.

Самая замкнутая социальная сеть у работников ЖКХ. На долю самих же коммунальщиков в сети отводится 30%, что является самым высоким показателем среди всех профессиональных групп. На втором месте, с большим отрывом следуют работники торговли – 17%. Далее представители здравоохранения – 16%, педагоги и судостроители – 11%, военнослужащие – 10%, авиастроители – 7%, энергетики – 6%, металлурги – 5%, нефтяники – 2%. На последнем месте сотрудники МВД – 1%.

У авиастроителей на первом месте в социальной сети авиастроители – 24%. За ними следуют работники торговли и образования – 15%, военнослужащие – 10%, представители здравоохранения, коммунальщики – 8%, нефтяники и сотрудники МВД – 6%, судостроители – 3%, металлурги и энергетики – 2%, 1% приходится на долю представителей других категорий.

Теперь рассмотрим социальную сеть работников металлургической отрасли экономики. На первом месте – сами металлурги – 24%, за ними следуют работники торговли и образования – 13%, далее коммунальщики – 11%, представители здравоохранения и военнослужащие – 10%, сотрудники МВД – 6%, судостроители – 5%, энергетики и нефтяники – 3%, авиастроители – 2%.

Социальная сеть металлургов – это единственная сеть, где авиастроители занимают последнее место.

У судостроителей следом за ними самими (22%) идут работники образования – 17%, представители торговли и ЖКХ – 10%, военнослужащие и авиастроители – 8%, работники нефтеперерабатывающей промышленности и здравоохранения – 7%, металлурги – 6%, сотрудники МВД – 4% и энергетики – 1%.

В социальной сети энергетиков на первом месте находятся сами же энергетики – 21%, и эту закономерность мы отслеживаем уже в каждой профессиональной группе. Далее следуют металлурги и работники торговли – 15%, работники здравоохранения и военнослужащие – 9%, представители образования – 7%, работники нефтеперерабатывающей промышленности, МВД и ЖКХ – 6%, авиастроители – 4% и судостроители – 2%.

Сотрудники МВД на первое место в своей социальной цепи ставят своих же коллег – 24%. Далее расположились работники торговли – 16%, представители образования – 10%, с небольшим отрывом за ними следуют военнослужащие, металлурги и авиастроители – 8%, работники нефтеперераба-



тывающей промышленности – 6%, коммунальщики – 5%, судостроители – 3%, энергетики – 1% и на долю других категорий приходится 2%.

Таким образом, профессиональная принадлежность человека отражается и на структуру его социальных сетей, что и следовало доказать. А теперь вернемся к планированию социальных проектов. Очевидно, что для того, что бы социальные программы достигали успеха необходимо: во-первых информирование население об этих социальных программах. Зачастую люди просто незнакомы с ними. Во-вторых, необходимо вовлечение населения в участие в различных социальных программах и мероприятиях, надо пробудить некий интерес населения к общественной жизни. Достичь этого возможно не через включение людей в различные общественные организации, т.к. россияне в целом не доверяют им, а через те предприятия, где люди уже работают. Возможно, что для России и г. Комсомольска-на-Амуре в частности не нужно придумывать и создавать новые схемы взаимодействия, а лучше сохранить имеющееся. В данном вопросе можно обратиться к некоторым пунктам патернализма. Его элементы были еще в советское время, и было бы неплохо осуществлять деятельность предприятия, руководствуясь некоторыми советскими принципами. Например, довольно эффективно было бы планомерное передвижение кадров из одного отдела в другой, что улучшает взаимодействие между подчиненными и усиливает чувство ответственности, а так же позволяет укрепить свои социальные связи, через которые можно реализовывать значимые социальные проекты. Так же нельзя забывать о подготовке кадров, повышении их квалификации, возможности карьерного роста.

Информирование и внедрение социальных программ лучше проводить с участием предприятий. Работа и коллеги уже занимают важное место в жизни человека, социальные сети уже формируются на основе профессиональной принадлежности, даже поиск работы завязан на формуле «знакомые – работа – знакомые» (люди ищут работу прибегая к помощи знакомых или родственников, а найдя ее, продолжают работать с теми же людьми, кто им помог), поэтому нужно поддерживать уже сложившуюся систему, и направлять. Именно через профессиональные социальные сети можно достигнуть наибольшего результата.

Большим плюсом для комсомольчан является то, что одно из ведущих мест в социальных сетях занимают работники таких жизненно важных сфер как образование и здравоохранение. А это довольно образованная и стабильная часть населения. Так же и через них можно транслировать социально значимые проекты.

Таким образом, т.к. в России пока не удастся создать систему реально функционирующих общественных организаций, население страны им просто не доверяет, и считает, что они реализуют интересы узкого круга лиц, необходимо сделать ставку на профессиональные группы, на реально рабо-



тающие профсоюзы, на формирование корпоративизма и поддержки населения со стороны своих предприятий.

Библиографический список

1. *Назарчук А. В.* Социальное время и социальное пространство в концепции сетевого общества // Вопросы философии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vphil.ru>. – Дата обращения: 12.02.2013г.
2. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Пер. с англ. Под науч. ред. О.И. Шкаратана. М., 2000.
3. *Говорухин Г. Э.* Дальний Восток и глобальное пространство современного мира // Тихоокеанский регион в эпоху глобализации. Сб. материалов международной научно-практической конференции. Владивосток 2010г.