

**Владимир Владимирович МЕЛЬНИК** —  
профессор кафедры социологии и социального управления,  
Международного института финансов,  
управления и бизнеса  
Тюменского государственного университета,  
доктор философских наук  
v\_v\_melnik@mail.ru

**Юрий Яковлевич АНДРЕЕВ** —  
ст. преподаватель кафедры общих гуманитарных  
и социально-экономических дисциплин  
филиала Тюменского государственного  
университета (г. Ноябрьск)

УДК 316.346.32.-053.67

## **СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОГО ПРИЗЫВНИКА**

### **SOCIAL PHENOMENON OF THE CONTEMPORARY MAN DUE FOR CALL-UP**

*АННОТАЦИЯ.* В статье анализируется социальная структура и характеристики призывников, которые являются объектом армейской социализации. Социальные функции армии, обладающие определенным уровнем глобальности, способствуют изменениям в массовом национальном сознании и в стратификационной структуре общества.

*SUMMARY.* The article analyses the social structure and characteristics of the contemporary man due for call-up which are regarded as the objects of army's socialization. Social functions of the army facilitate the changes in national consciousness and the stratification structure of the society.

*КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА.* Армия, социальный институт, социализация, качественные характеристики

*KEY WORDS.* Army, social institute, socialization, quality characteristics, interests, family.

Российская армия является своеобразным зеркалом, отражающим цивилизационный цикл развития страны. Уровень и характер развития общества определяют уровень развития армии. Вместе с тем армия в общественном сознании в нынешних условиях нестабильности, как внутренней, так и внешней, является для общества одной из важнейших морально-духовных опор. По данным Левада-Центр (опрос марта 2004 г.), среди основных 15 общественных институтов армия по уровню доверия стоит на третьем месте, вслед за президентом и церковью. События последних лет, безо всякого сомнения, этот авторитет укрепили. «Гражданский милитаризм» [1; 11] массового сознания не только националистичен, но даже в противовес ему может выступать, по нашему мнению, важной морально-психологической опорой нации, в условиях отсутствия национальной идеи и формирующихся институтов гражданского общества. Вместе с тем армия, как государственный и общественный институт, независимо от своего объективного состояния продолжает выполнять функции применительно к социуму. Формальные функции армии закреплены Конституцией и уставами, социальные функции армии основаны на традициях, имеющимся историческом опыте страны, собственном состоянии армии. Социальные функции вооруженных сил и являются предметом нашего исследования. Наряду с системой национального образования армия выполняет важную роль

института социализации [1; 63]. Исследователи различают два вида социализации [2]. Первый — воздействие армии на молодого человека (микроуровень) в период его воинской службы, второй — воздействие армии как социального института на общество в целом (макроуровень). Несомненно, что социетальные сдвиги возможны и происходят только при наличии массовых изменений в характеристиках тех людей, которые являлись объектом социализации. Эти изменения отражаются в массовом, национальном сознании, с одной стороны, а с другой — имеют совершенно четкое социальное измерение в структуре отдельных страт и в конечном счете — всего общества. Именно эта, вторая сторона вопроса и является предметом нашего исследования. Данную проблемную сторону вопроса можно сформулировать в виде рабочей гипотезы: функционирование такого института социализации не может не выражаться в воспроизводстве и репродуцировании социальных страт общества.

С этой точки зрения принципиально важно социологическими методами измерить и изучить весь процесс социализации: качественный состав субъектов, которые будут подвергнуты социализации, в их совокупных субъективных характеристиках-переменных; характеристики приобретенных свойств социализации и, наконец, их место в социальной структуре общества. Традиционно институты социализации в любом обществе работают на улучшение качественных характеристик составляющих его индивидов. Следовательно, в обобщенном виде можно поставить вопрос о том, является ли армия социальным лифтом для молодежи в профессиональном, гражданском, нравственном и личностно значимых аспектах их последующей гражданской жизнедеятельности.

Исходя из этой гипотезы, нами было инициировано и проведено социологическое исследование, направленное на выявление вышеупомянутых характеристик субъектов социализации институтом армии. Исследование проходило в два этапа. На первом этапе, в период призывной кампании был проведен опрос призывников в гг. Ноябрьск и Ханты-Мансийск осенью-зимой 2008 года. Всего было опрошено 1500 человек, выборка, сформированная по методу основного массива, составила около 50% генеральной совокупности призывников текущего года. Второй этап проходил весной 2009 г., с объемом выборки 530 человек. По стандартизированной анкете, рассчитанной на самозаполнение, опрашивались военнослужащие срочной службы, отслужившие в армии и демобилизованные в течение последних трех лет. Объем и структура выборки представляются статистически репрезентативными и достоверными для проведения детерминационного анализа и формулирования соответствующих выводов. Обработка данных опроса выполнялась с помощью пакета SPSS. В силу ограниченного объема статьи рассмотрим лишь некоторые аспекты мнений призывников и их оценки личного и семейного положения накануне призыва. В целом это дает многомерный портрет призывника, в его статусных характеристиках, накануне процесса армейской социализации.

Семья является первичным и основным агентом социализации, соответственно, и ее роль в становлении молодого человека как личности является определяющей. Эффективность семьи как агента социализации во многом определяется рядом факторов, среди которых можно выделить нравственно-психологический микроклимат в семье; материальный и социальный статус семьи; роль отца и матери в общении с детьми; структуру и состав семьи и т.д. В анкету призывника был включен блок вопросов, позволяющий выявить атмосферу, в которой воспитывается призывник. Рассмотрим полученное здесь распределение ответов респондентов.

Первый вопрос блока направлен на выявление семейного микроклимата, в котором воспитывались призывники. Измеренная в ранговой шкале, иерархия взаимоотношений в семье выглядит следующим образом:

- в семье стремились чему-то научить меня — 94,1
- в семье следили за моим поведением, времяпрепровождением — 78,5
- имел дома конкретные трудовые обязанности — 74,3
- свободное время проводил совместно с родителями — 49,0
- дома меня часто наказывали — 22,0
- у меня в семье сложились конфликтные отношения с родителями — 12,4.

Выявленная структура свидетельствует о несомненной роли семьи в социализации молодежи. Говоря о взаимоотношениях родителей в семье, подавляющее большинство охарактеризовало их как благополучные. Так, 60,2% респондентов, указали что они «очень хорошие, теплые». «Скорее хорошие, чем плохие» отметили 33,5%. Лишь 4,5% и 1,8% призывников указали на плохие взаимоотношения в семье выбрав, соответственно, варианты «Скорее плохие чем хорошие» и «Очень плохие (холодные)».

Большое влияние на развитие личности оказывает количество детей в семье. Существуют свои плюсы и минусы многодетных семей. В многодетных семьях дети гораздо ответственнее, отзывчивее, у них нет ярко выраженных эгоистических устремлений, им в силу обстоятельств приходится помогать родителям, младшим братьям и сестрам. Они научены жить в семье, в коллективе. В то же время у детей из многодетной семьи может быть занижена самооценка, что является результатом идентификации себя как части большого коллектива и, как следствие, низким уровнем развития индивидуализма.

Результаты проведенного исследования показали, что большая часть респондентов является выходцами из малодетных семей. Более половины (52,8%) указали, что у них всего один брат или сестра. В то же время 22,2% являются единственными детьми в семье. Только четверть опрошенных воспитывались в многодетных семьях: из них 15,7% имеют двух братьев и (или) сестер, 8,8% — трех и более.

На вопрос о полноте семьи, в которой приходилось воспитываться опрошенным призывникам, большинство опрошенных указало на полную семью — «в семье при отце и матери» — 80,8%. Только при матери воспитывались 15,2%. Равное количество ответов получено «только при отце» и «у бабушки или дедушки» — 1,1%. Лишь менее 1% указали на то, что они воспитывались «Со старшим братом или сестрой», «У других родственников», «В детдоме, интернате, военной части».

В единичных ответах тех, кто выбрал вариант «Другое» респонденты указывали, что до определенного возраста жили в полной семье, после чего продолжали жить с одним из родителей или с одним из родителей и отчимом (мачехой). Исследования показывают, что большинство девиантов воспитывается именно в неполных семьях [3].

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что большинство призывников являются выходцами из благополучных семей с нормальным морально-психологическим климатом, в то же время можно отметить у них наличие достаточно высокого уровня индивидуализма, обусловленного малодетностью семей.

Отдельной областью социальных позиций и статуса призывников являются места работы и специальности их родителей. Данный вопрос носил открытый характер и предполагал самостоятельное внесение респондентами ответа в бланк анкеты. Учитывая большое разнообразие полученных ответов, не будем приво-

дить их в полном объеме, ограничившись лишь их анализом. Выявилось, что большая часть призывников — выходцы из семей рабочих и служащих, занимающих относительно невысокое положение с точки зрения социального престижа. Наиболее часто встречающиеся профессии у мужчин: водитель, сварщик, слесарь, механик, электрик и т.п. У женщин: кассир, бухгалтер, уборщица, учитель, медицинский работник, продавец и т.п. Следует отметить, что значительная часть респондентов указала на то, что их матери являются домохозяйками. Лишь небольшая часть призывников — дети высококвалифицированных специалистов и управленцев.

Характеристики занятости вполне сопоставимы с данными об уровне образования родителей респондентов. Анализ ответов показывает, что большая часть родителей призывников имеют среднее специальное или незаконченное высшее образование — 47,9% у отца и 46,4% у матери соответственно. Среднее общее образование у 26,6% отцов и 19,6% матерей. Соотношение по высшему образованию обратное, его имеют 30,7% матерей и 20,7% отцов.

Уровню материального благосостояния семей изучаемой категории молодых людей был посвящен отдельный блок вопросов, в первом из которых предлагалось указать, какие предметы имеются в личном пользовании. На первом месте мобильный телефон, плеер, компьютер, ноутбук, фото-, кинокамера (свыше 90%). Данный факт объясняется не столько материальным благосостоянием, сколько тенденцией виртуализации социальной жизни современных молодых людей, обусловленной развитием информационных технологий. Собственный рабочий стол и отдельная комната у 88 и 76% соответственно. Почти половина призывников отметили наличие спортивного инвентаря и велосипеда, что свидетельствует об активном образе жизни. Собственная библиотека имеется в наличии только у 26% ответивших.

Можно отметить, что у призывников отмечается определенный уровень финансовой самостоятельности. Так, на вопрос о карманных деньгах большинство респондентов указали, что имеют небольшую сумму, которую могут тратить на некоторые покупки (57,6%). Имеют минимум карманных денег 26,2%, а денег хватает на все у 16,2% ответивших.

В уточняющем вопросе анкеты респондентам предлагалось определить сумму карманных денег, которую они расходуют за неделю на собственные повседневные нужды (без расходов на одежду, повседневное питание и т.д.), были получены следующие результаты (рис. 1).

Относительно возможностей приобретения одежды можно сказать, что большинство опрошенных (в совокупности 75,2%) не имеют проблем с одеждой (табл. 4). Имеют самое необходимое 21,1%, а ограничиваются довольно скромной одеждой 3,7%.

Заключительный вопрос данного блока позволил выявить самооценку материального положения респондентов по отношению к ближайшему окружению. Как выяснилось, 68,6% считают, что их материальное положение такое же, как и у большинства; 20,5% считают себя более обеспеченными. И лишь десятая часть выбрала две крайние позиции: считают свое материальное положение гораздо лучше, чем у большинства 6,9%, гораздо хуже — 4%.

Самооценка призывниками материального благополучия показывает его довольно высокий уровень. Это можно объяснить высоким уровнем жизни жителей ЯНАО в целом. Учитывая фактор образования родителей, современных призывников северного региона можно отнести к представителям нижней и средней части среднего класса.

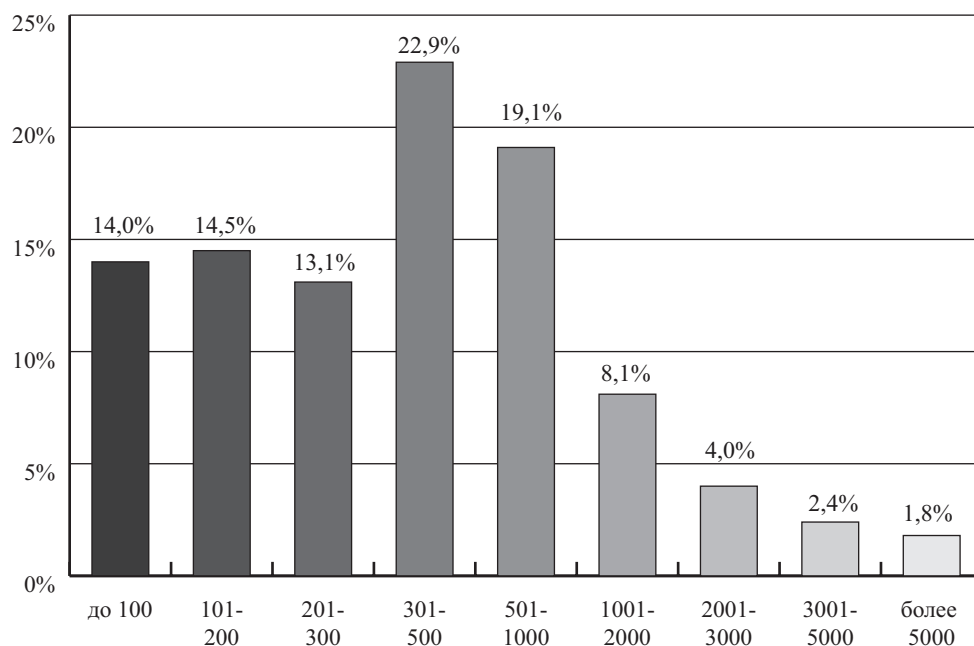


Рис. 1. Сумма карманных денег, имеющаяся в распоряжении респондентов (руб.)

Рассмотрим теперь некоторые основные индивидуальные характеристики призывников, которые в настоящее время являются основными ограничителями призыва в армию. Для призывников это прежде всего здоровье. Большинство (61%) отмечает, что здоровье хорошее. Для более чем четверти опрошенных (26%) здоровье не мешало участвовать в различных спортивных мероприятиях. И только 12,5% из-за здоровья не могут участвовать в спортивных мероприятиях. По оценке самих призывников, это связано с различного рода хроникой. Вместе с тем и потенциал здоровья не совсем хороший. Так, не употребляют спиртное — 33% опрошенных, не курят 54% призывников.

В заключение нашего краткого анализа изложения уровня социальной и экономической подготовленности призывников к службе в армии (к армейской социализации) рассмотрим некоторые аспекты морально-идеологического настроения призывников.

Прежде всего отметим образовательный уровень призывников. Так, высшее образование имеют 2%, среднее профессиональное 11%, полное среднее 29%, основное общее среднее — практически половина призывников (50%). Причем последняя образовательная когорта практически поровну делится на две части — «середнячки» и «отличники».

Очевидно, что общий культурный климат, качество и уровень образования напрямую определяют личные интересы призывников в их повседневной жизнедеятельности. Данная структура может быть представлена в трех группах факторов. Первый фактор: секс, спорт и техника (свыше 77% ответов). Второй фактор: мода, природа (до 55% ответов). Третий фактор: мораль, экономика, политика (до 43% ответов). Последнее место занимает культура и искусство (37% ответов). Эта структура адекватно отражает традиционные интересы данной возрастной когорты. Преобладание интереса призывников к сексу соответствует биологическому возрасту респондентов.

В заключение отметим достаточно противоречивый уровень ответов респондентов на вопрос: «Считаете ли Вы себя патриотом России?». В научном дискурсе эта проблема необычайно сложна. Континуум ее рассмотрения варьируется от правовых точек зрения до чувственной сферы [4; 71]. Нас в данном случае интересует самооценка респондентами (призывниками) своей позиции. В нашем опросе половина призывников (49,6%) ответили утвердительно. Не задумывались над этим 37,2%, и отрицательно ответили 10,3% респондентов. Не ответили на вопрос всего 3% респондентов. Несомненно, полученные результаты исследования заслуживают глубокого последующего анализа. Вместе с тем, говоря о чувстве патриотизма, можно заметить, что в обществе, в котором длительное время отсутствует сформулированная национальная идея, полученный результат является в каком-то смысле закономерным.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Заппер М. Повседневность воинственности в России: наследие милитаризованного социализма / Неприкосновенный запас. 1999. № 1. С. 2-11.
2. Левинсон А.Г. Армия как институт социализации / ОНС № 4. 2004. С. 62-71.
3. Исаев Д.Д., Журавлев И.И., Дементьев В.В., Озерецковский С.Д. Типологические модели поведения подростков с различными формами аддиктивного поведения. СПб., 1997. 284 с.
4. Мельник В.В. Принципы менеджмента в условиях социокультурной бифуркации: Автореф. дис. ... д-ра философ. наук. Тюмень, 2001. 47 с.

**Светлана Михайловна МООР** —  
профессор кафедры социальных технологий  
Института гуманитарных наук  
Тюменского государственного  
нефтегазового университета,  
доктор социологических наук  
[moorsm@mail.ru](mailto:moorsm@mail.ru)

**Светлана Николаевна РЫБАКОВА** —  
ст. преподаватель кафедры графики,  
начертательной геометрии и дизайна  
Технологического института  
Тюменского государственного  
нефтегазового университета  
[grafika@tsogu.ru](mailto:grafika@tsogu.ru)

УДК 316.728

---

#### **ИСТОЧНИКИ ЗАРОЖДЕНИЯ МОЛОДЕЖНОЙ КУЛЬТУРЫ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОЙ МОДЫ**

#### **SOURCES OF YOUTH CULTURE ORIGIN AND ITS INFLUENCE ON THE DEVELOPMENT OF FASHION FOR YOUTH**

*АННОТАЦИЯ. В статье рассматривается процесс зарождения, причины и развитие молодежной культуры, ее прямая зависимость от социальных, культурных, политических событий, происходивших в обществе в 50-60-е годы XX века. И как следствие — появление и развитие молодежной моды.*