

# СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ БЕЛОРУССКОГО ОБЩЕСТВА

*И. В. Лашук,*

*доцент кафедры телевидения и радиовещания  
Белорусского государственного университета,  
заведующий сектором Института социологии НАН Беларуси,  
кандидат социологических наук*

Основными механизмами конструирования и проявления коллективной идентичности являются социокультурные стратегии поведения. В реальных повседневных практиках посредством выработки устойчивых повторяющихся стратегий поведения реализуются базовые (предельные) и инструментальные ценности.

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

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

«Инструментальность» ценностной позиции проявляется в действиях индивидов и групп в возникающих проблемных жизненных ситуациях. Проблемная жизненная ситуация возникает тогда, когда нарушается упорядоченность привычного течения жизни. Необходимость решать ту или иную проблему (или несколько проблем одновременно) требует от человека повышенной целенаправленной активности, выработки жизненно

важных решений и, наконец, выбора той или иной стратегии деятельности, а также средств и способов достижения нужного результата. Кроме того, тип проблем, стоящих перед человеком, несет на себе печать политического, экономического и культурного контекста, в котором они возникают, а также социального окружения. В таком случае значимость инструментальных ценностей определяется степенью включения в решение проблемных жизненных ситуаций.

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

Итак, социокультурная стратегия поведения определяется в первую очередь базовыми ценностными ориентирами. Кроме того, в повседневной жизни, сталкиваясь с различного рода проблемными жизненными ситуациями, индивид актуализирует имеющийся в его распоряжении запас капиталов (образовательный, сетевой, административный и др.), которые в той или иной степени помогают ему справиться с возникающими повседневными сложностями. В таком случае степень востребованности капитала в повседневности и определяет инструментальную значимость конкретной ценности (капитала).

В качестве эмпирического индикатора базовых ценностей респондентам был предложен разработанный авторами проекта список из 22 ценностей, из которых предлагалось выбрать семь наиболее значимых. Полученные результаты, в сравнении с предыдущими замерами<sup>1</sup>, представлены в таблице.

### **Динамика структуры базовых ценностей за 2006–2011 гг., % от числа ответивших**

---

<sup>1</sup> Эмпирической базой являются данные мониторинговых замеров, проводимых Институтом социологии НАН Беларуси ежегодно по национальной репрезентативной выборке. Объем выборки по годам составляет: 2006 г. – 1597; 2007 г. – 2062; весна 2008 г. – 2024; осень 2008 г. – 2088; весна 2009 г. – 2098; лето 2009 г. – 2068; осень 2009 г. – 2093; весна 2010 г. – 2238 человек.

Базовые ценности	Годы			
	2006	2008	2010	2011
Богатство, большие деньги	5,4	6,8	8,5	6,8
Вера	18,5	19,5	22,0	18,3
Власть	1,7	2,1	2,0	1,4
Возможность получать любые удовольствия, развлекаться	9,2	9,5	9,2	7,9
Дети	74,4	71,1	69,0	70,9
Долг перед Родиной	9,0	7,4	8,8	8,0
Дружба	24,7	23,9	24,4	28,8
Душевный покой, комфорт	30,1	34,3	33,1	31,2
Здоровье	47,1	55,9	54,1	52,0
Знания, познание мира, людей, образование	21,9	19,6	22,0	20,4
Интересная работа, профессия	24,4	21,9	23,1	23,1
Карьера, высокое положение в обществе	8,4	9,1	10,5	8,1
Любовь	39,6	37,9	38,5	40,6
Материально обеспеченная жизнь	33,2	37,0	36,7	35,1
Общественное признание, известность, репутация	3,2	3,2	3,4	2,9
Помощь людям	19,8	19,3	17,5	18,9
Самореализация	21,7	21,8	20,1	22,2
Самоуважение	20,3	16,1	14,3	16,0
Свобода как независимость поступков, суждений	8,7	10,0	9,8	8,1
Секс	6,4	10,2	7,7	8,4
Семья	73,0	71,6	70,9	75,9
Творчество	5,4	5,3	5,2	6,0

Белорусское общество в значительной степени продолжает оставаться традиционным, поскольку лидирующие позиции занимают такие ценности, как «семья» и «дети», которые стабильно набирают 70–74% «голосов» (см. таблицу). Это, с одной стороны, обеспечивает высокую степень социальной интеграции – тем самым индивид вовлекается в процессы общественного воспроизводства, но, с другой стороны, – ограничивает его социальную активность, не позволяя запросам и устремлениям выходить за рамки семейственности.

В этом плане весьма показательным является то, что периферийное положение в иерархии занимают ценности, задающие самый широкий спектр социальной активности и представляющие не столько индивида или малую социальную группу, сколько общество в целом («карьера, высокое положение в обществе» – 8–10%;

«творчество» – около 5%; «общественное признание, известность, репутация» – около 3%; «власть» – не более 2%).

По данным проведенных исследований снижается (по сравнению с 2006 г.) значимость таких ценностей, как «самоуважение», «возможность получать любые удовольствия, развлекаться» и «долг перед Родиной».

Тем не менее, несмотря на то, что ценностное ядро довольно традиционно, в процентном выражении с годами постепенно снижается значимость такой базовой ценности, как «дети» (74,4% в 2006 г. против 70,9% в 2011 г.). Вместе с тем за последние шесть лет респонденты стали в большей степени думать о «здоровье» (47,1% в 2006 г. против 52,0% в 2011 г.).

Эмпирическим индикатором инструментальных ценностей был список из 17 позиций (формулировка вопроса в бланке стандартизированного интервью: «Что (кто) помогает Вам справляться с жизненными проблемами?»). В рассмотренные годы иерархия инструментальных ценностей остается устойчивой. В целом респонденты склонны полагаться на несколько в той или иной степени «работающих» ценностей-средств: «семья», «жизненный опыт», «друзья», «деньги», «вера в Бога».

Наиболее значимыми ценностями-средствами являются «семья» (1 ранговое место), «жизненный опыт» (2–3 ранговое место), «друзья» (3–5 ранговое место) и «деньги» (2–4 ранговое место).

Неизменным на протяжении пяти лет оставался и набор тех инструментальных ценностей, которые практически не выполняют свою функцию (не помогают респондентам справляться с жизненными трудностями). Это такие ценности, как «участие в политической жизни» (17 ранговое место), «занимаемая должность» (16 ранговое место) и «престиж профессии» (15 ранговое место).

Что касается динамики ценностей-средств в их индексном выражении, то можно отметить следующие тенденции:

- в 2011 г. отмечается рост востребованности всех инструментальных капиталов, что свидетельствует о большей социокультурной активности жителей Беларуси;

- зафиксировано снижение включенности экономических показателей в стратегию решения жизненных проблем. Так, значительно снизилась инструментальная ценность денежного капитала;

– существенно увеличилась значимость «веры в Бога» (4,6% в 2006 г. против 12,2% в 2011 г.), «профессиональных знаний, умений» (4,8% в 2006 г. против 3,2% в 2011 г.), «обращения к закону» (23,0% в 2006 г. против 6,1% в 2011 г.);

– за постепенным снижением значимости в решении жизненных проблем таких инструментальных ценностей, как «друзья» (16,5% в 2006 г. против 10,6% в 2010 г.), последовал резкий скачок в сторону повышения значимости данной ценности (23,1% в 2011 г.).

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ