



именно в этих неразрывно связанных направлениях. Основная задача современных ученых и специалистов в области рекламы – сделать так, чтобы первое направление всегда опережало второе. Современная социокультурная ситуация в России, которую, пользуясь терминологией Э. Дюркгейма, можно охарактеризовать как ситуацию социальной аномии, когда прежние нормы и ценности отвергаются, а новые еще не сформированы, обусловила новые задачи и функции в рекламной деятельности<sup>8</sup>. Рекламе отводится чрезвычайно важная роль формирования в России нового рыночного восприятия основ социально-экономических взаимодействий индивидов. На этом пути реклама призвана реализовать важные социально-экономические и социокультурные задачи. Во-первых, необходимо способствовать развитию новых поведенческих установок у тех людей, которые уже задействованы в рыночных структурах, привести их к образу предпринимателя, легально действующего в рамках правовых норм той или иной организации. Во-вторых, что важнее, вовлечь активную часть населения в новую для них действительность, убеждая в правильности выбранного пути. Необходимо осознавать, что процесс формирования нового типа отечественного бизнесмена и покупателя в условиях, когда нет стабильных основ потребления, может вызвать незапланированную реакцию и поставить под вопрос поступательное развитие и самой рекламы в России.

В завершение следует подчеркнуть, что три уровня рекламы взаимосвязаны, дополняя друг друга и формируя системный характер современных маркетинговых коммуникаций, являющихся результатом взаимодействия индивидов в процессе развития общества. Трансформации видов, постепенное приобретение рекламной статуса социального института проходили параллельно с усложнением и совершенствованием системы социально-экономических отношений, что позволяет рассматривать современную рекламу как социальный продукт.

#### Примечания

- 1 См.: *Dibb S., Smikin L., Pride W. Marketing: Concepts and Strategies. 2nd European. London, 1997. P. 242.*
- 2 См.: *Феофанов О. США: реклама и общество. М., 1974, С. 41.*
- 3 См.: *Старобинский Э.Е. Самоучитель по рекламе. М., 1997. С. 32.*
- 4 См.: *Лайнбраджер П. Психологическая война. М., 1962. С. 7.*
- 5 *Пузанов В.И. Проектная культура Америки. Реклама // США: экономика, политика, идеология. 1993. № 8. С. 14.*
- 6 Там же. С. 14–23.
- 7 *Кучевский В.Б. Психология общения продавца и покупателя. М., 1993. С. 87.*
- 8 См.: *Арон Р. Этапы развития социологической мысли. М., 1993. С. 315–326.*

## Слово молодым социологам

УДК 316.346.32–053.9(470+571)

### АДАПТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПОЖИЛОГО НАСЕЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

О.Л. Березняк

Саратовский государственный университет,  
кафедра теории и истории социологии  
E-mail: anikinaol@rambler.ru

В статье рассматривается адаптивный потенциал такой специфической группы российского общества, как пожилые люди, пенсионеры. Показывается объективная необходимость привлечения к труду этой социальной группы населения.

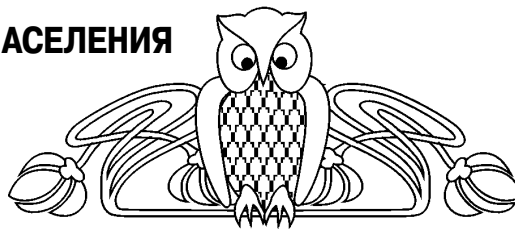
**Ключевые слова:** пожилые люди, социальная группа, потенциал.

**Adaptive Potential of the Elderly Population in Modern Russia**

O.L. Bereznyak

It is considered adaptive potential such specific group of the Russian society as elderly person, pensioners. Objective necessity of drawing in work of this social group is shown in this article.

**Key words:** elderly people, social group, potential.



Актуальность исследуемой проблемы объясняется, прежде всего, увеличением численности пожилого населения. Наступление зрелости и старости – неизбежный биологический процесс, но объективное положение пожилых людей, их опыт, взгляды, ценностные ориентации – словом, субъективные факторы являются продуктами социальной среды, которая претерпела за последние два десятка лет кардинальные изменения.

На наш взгляд, адаптивный потенциал лиц пожилого возраста еще не нашел своего самостоятельного отражения в научной литературе, где по-прежнему преобладают медико-социальные или социально-демографические мотивы и, в из-



вестной мере, социально-экономические проблемы, однако основная масса современной научной литературы носит медико-геронтологический характер.

Традиционно объектом анализа служат здоровье и трудоспособность пожилых, их отношение к труду, долголетие и социальная активность после выхода на пенсию. В системе специальных социологических знаний давно уже отведено место возрастной социологии вообще и социологии поколения в частности. Однако удельный вес исследований пожилых людей неподобающе мал, они как бы оказываются на периферии интересов российского социологического сообщества. Между тем исследование адаптивных возможностей социума в целом и пожилых людей как его важной составной части особенно необходимо в периоды коренных изменений в жизни общества. Сегодня нужны и обобщающие работы, и конкретные социологические исследования, в которых пожилые рассматривались бы не просто как возрастная группа, а как социальный слой, обусловленный исторически определенным характером общественных отношений. Пожилое население России сегодня должно рассматриваться не в контексте иждивения, как это обычно принято, а в качестве самостоятельного активного потенциала граждан современного российского общества.

Человеческий потенциал пожилых вполне может использоваться, по крайней мере, в двух направлениях: в секторе экономики в качестве рабочей силы, базирующейся на остаточном трудовом потенциале, а также значительно шире – в формировании гражданского общества и правового государства, поскольку пожилые люди являются носителями громадного жизненного опыта, устойчивых мировоззренческих позиций. Они способны и реально оценить позитивные изменения, произошедшие в стране за последние более чем двадцать лет, и дать адекватную оценку проблемам, которые еще ждут своего решения, им есть с чем сравнивать достижения и неудачи современной власти.

Конечно, в нынешних российских условиях наблюдается заметное уменьшение ресурсов пожилых<sup>1</sup>, их возможностей участвовать в общепризнанном и приемлемом для них образе жизни. Снижается их политическая и экономическая активность, интенсивно формируются социальные механизмы адаптивного поведения. Увеличение численности и доли пожилых людей приводит к неизбежным социальным изменениям. Старение населения вносит радикальные изменения в демографическую и социальную структуры общества, в системы производства, распределения, потребления, в социальную инфраструктуру города, деревни; в конечном счете фактор постарения населения оказывает влияние на положение всех без исключения социальных групп и слоев.

Проблема старости сегодня является продуктом неожиданного роста продолжительности

жизни в сочетании с культурными и социальными изменениями ценностных установок, связанных с возрастом.

Конечно, проблема определения места пожилых людей в социальной структуре современного российского общества довольно сложна и не может быть решена однозначно. Сегодня пожилые работники обеспечиваются государством, т. е. являются пенсионерами. Последние, составляя особую социально-демографическую группу, отличаются от других категорий населения следующими особенностями: возрастными (начало этого периода определяется также социальными условиями); обеспечением (государство берет на себя основное содержание пожилых людей); связями с общественными организациями и объединениями (как по месту прежней работы, так и по месту жительства); ценностными и мировоззренческими ориентациями, положением в семье и т.д.

Вычленение пенсионеров в качестве социальной группы относительно, поскольку эта группа органически связана с работающим населением на различных уровнях общества. Пенсионеры продолжают либо прямым, либо опосредованным образом трудиться. Конечно, возраст обуславливает специфику всех видов деятельности и досуга, форм проявления общественной активности, связанных с положением пожилого человека в семье и в общественной жизни.

Широко распространенный тезис о том, что к моменту достижения пенсионного возраста работники в основном теряют трудоспособность, не подтверждается ни геронтологическими, ни медицинскими исследованиями. В целом оказалось, что продолжение трудовой деятельности – главная ценность в жизни работающих пенсионеров (и мужчин и женщин). Если 20–30 лет назад выход на пенсию рассматривался пожилыми людьми как жизненная драма, то сегодня зачастую это оценивается как дополнительный, пусть и небольшой, доход, при условии что пенсионер продолжает работать.

С позиций объективных требований экономического и социального развития нашей страны привлечение к труду лиц пожилого возраста сейчас стоит довольно остро по следующим причинам. В настоящее время происходит и предполагается в будущем значительное сокращение источников трудовых ресурсов. Имеет место заметное увеличение доли населения пенсионного возраста. И, наконец, в ближайшем будущем состав специалистов пенсионного возраста значительно изменится в сторону повышения его профессионального и общеобразовательного уровня.

Многие социологи, изучающие поведение людей, вышедших на пенсию, отмечают их тяжелые переживания, связанные с утратой прежних социальных связей, которые давала работа, нарушением привычного стиля и образа жизни. Указанная проблема нуждается в решении и с позиций удовлетворения интересов самих пожилых



людей. Здесь необходимо, во-первых, смягчить своеобразный «разрыв» в жизненном цикле человека, преодолеть социальные последствия резкого изменения его социальной роли и стиля жизни; во-вторых, создать условия для формирования индивидуальной и групповой потребностей в продолжении трудовой деятельности в самых различных сферах общественной жизни. И здесь главным источником дополнительной рабочей силы являются пенсионеры, желающие и продолжающие работать после достижения пенсионного возраста без перерыва. Именно эта группа сохраняет наибольшую трудоспособность и может внести значительный вклад в развитие современного российского общества в самых различных его отраслях. Задача заключается в создании условий, продлевающих период их активной трудовой деятельности и удерживающих пенсионеров как можно дольше в общественном производстве.

Социологическое исследование, проведенное автором в 2007 г. по репрезентативной выборке в г. Энгельсе Саратовской области, позволило утверждать, что пожилые россияне в условиях трансформационных процессов хотят участвовать в жизни социума. Более 35% пожилых людей хотели бы работать в активной экономике, непосредственно с детьми и молодежью выразили желание работать 15,7% респондентов, 5% предполагают создать собственный бизнес. Почти каждый третий опрошенный в возрасте 60–64 лет

УДК 324 (470+571+430)

## ОСОБЕННОСТИ, СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ ВЫБОРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ РОССИИ И ГЕРМАНИИ

Н.С. Нефёдова

Саратовский государственный университет,  
кафедра теории и истории социологии  
E-mail: [taschaNefedova@mail.ru](mailto:taschaNefedova@mail.ru)

В статье рассматриваются особенности, сходства и различия выборных технологий России и Германии: основные направления в формировании избирательной стратегии (линия персонификации и партийная линия), время построения стратегии, примеры эффективного использования политконсалтинга.

**Ключевые слова:** политика, технологии, выборы.

### Singularities, Similarities and Differences of Election Technology in Russia and Germany

N.S. Nefedova

The paper analyzes singularities, similarities and differences of election technology in Russia and Germany: main directions in election strategy composition (personification policy or party politics), time to create the strategy and this strategy efficient use examples.

**Key words:** politics, elections, technologies.

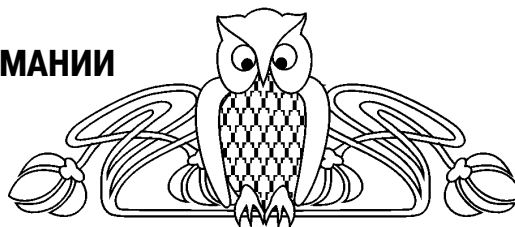
хотел бы научиться работать на компьютере или использовать его каким-либо образом.

Можно сказать определенно, что пожилой возраст – явление не только физиологическое, но и глубоко социальное. В это время происходит отход от активной профессиональной деятельности или изменение ее характера, а также изменение положения в обществе, образа и стиля жизни в целом.

Сегодня как никогда необходима не только активная государственная политика по изучению человеческого потенциала старшего поколения и привлечению его в активную экономику, направленную на преодоление дискриминации по возрасту, но и всемерное развитие социологических исследований проблем людей пожилого возраста. Отсутствие комплексного подхода в изучении этой большой категории населения объясняется как недостаточностью подробных демографических данных о ней, так и практически отсутствием фундаментальных социологических исследований.

### Примечания

- <sup>1</sup> Термины «пожилые», «люди пожилого возраста», «пенсионеры» означают, как правило, определенную возрастную группу (люди старше 60 лет), хотя зачастую они употребляются для обозначения как жизненного цикла, так и конкретной социально-демографической группы.



Политическая карьера, главным образом, вопрос технологии. Однако даже самая лучшая технология поможет не всякому, но если технология налажена, подобрать элемент, к которому можно ее применить, вполне реально. Единственное серьезное препятствие на пути к положительному результату – еще лучшая технология у конкурента.

Политический рынок, как и рынок товаров и услуг, является сферой, в которой применяются методики, существуют традиции и действуют законы. Если для экономического рынка сейчас можно называть определенные методики, которые применяются в процессе взаимодействия субъектов, то для рынка политического пока не все так однозначно. Способы, которые применяются на рынке товаров и услуг, можно объединить в одно понятие «маркетинг». Здесь происходит максимальное использование имеющихся методик, от разработки товаров в соответствии с