

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

кафедра истории, теории и прикладной социологии

АВТОРЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

**Автомобилизация в современной реальности: региональные  
проблемы**

студентки 6 курса 611 группа  
специальности 040201- Социология  
Социологического факультета  
Киселевой Анастасии Сергеевны

Научный руководитель  
доктор социологических наук, профессор \_\_\_\_\_ О.Г. Антонова

Зав. кафедрой  
доктор социологических наук, профессор \_\_\_\_\_ Д.В. Покатов

Саратов 2016

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** Для нас актуально выяснить, что важнее для автовладельца: объективные материальные качества машины как транспортного средства или возможности автомобиля как средства увеличения степени свободы, мобильности, комфорта и престижа. При этом важно изучить гендерные и иные аспекты социокультурной дифференциации автовладельцев.

Дилемма между «роскошью» и «средством передвижения» для большинства российских водителей решается в пользу второго варианта, хотя символические факторы потребления также находят широкое распространение. Это отражает ситуацию, что российская традиционная культура пока еще сопротивляется натиску потребительской идеологии, но новые тенденции также получили свое развитие.

**Степень научной разработанности проблемы исследования.** Данная тема широко освещена у различных авторов научных исследований. При анализе проблемы автомобилизации в молодежной среде продуктивно использование трудов Ж. Бодрийяра, Р. Барта, Г. Дебора, Ж. Делеза, Ж. Деррида,<sup>1</sup> изучающих различные компоненты и составляющие категории процесса «потребления».

Исследованию «автомобильных» проблем в социологическом аспекте посвящено крайне малое число работ, среди известных необходимо выделить: С.Л. Дановского, Б.П. Красовского, и работу Л.И. Халиуллиной.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Бодрийяр, Ж. Система вещей. М.: РУДОМИНО, 1999. 224 с.;

Бодрийяр, Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000. 387с.;

Бодрийяр, Ж. Прозрачность зла. М.: Добросвет, 2000. 184 с.

Барт, Р. Мифологии. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996. 320 с.

Дебор, Г. Общество спектакля. М.: Логос, 2000. 183с.

Делез, Ж., Гваттари, Ф. Капитализм и шизофрения: Анти-Эдип (сокращенный перевод-реферат). М.: Гардарики, 1990. 21с.

Жак Деррида в Москве: деконструкция путешествия [Текст]: /Сб./ / Ред.Е.В.Петровская, А.Т. Иванов. М.: РИК Культура, 1993. 199 с.

<sup>2</sup>Красовский, Б.П. Амазонки за рулем // Социологические исследования. 2000. №9. С. 98-99.; Дановский, С.Л. Конфликтные ситуации сотрудников ГАИ с водителями //

Несмотря на наличие указанных работ, анализ автомобилизации в современной реальности в аспекте выявления региональных особенностей изучен совершенно недостаточно.

**Объект исследования** – процесс автомобилизации в современной России.

**Предмет исследования** – социокультурные особенности молодежного выбора автомобиля.

**Целью** выпускной квалификационной работы является выявление характерных особенностей молодежного выбора автомобиля, а также роль автомобилизации в современной реальности.

**Задачи:**

1. На основе теоретического анализа рассмотреть молодежь, как особую социокультурную группу;
2. Определить социальные функции автомобиля в современном обществе;
3. Исследовать роль автомобиля в жизни молодежи;
4. На основе результатов авторского исследования выявить критерии выбора автомобиля саратовской молодежью
5. Выявить гендерные особенности автомобилизации современности среди представителей саратовской молодежи.

**Структура работы.** Работа специалиста состоит из введения, трех разделов, заключения, приложения.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

**Во введении** обосновывается актуальность темы исследования, раскрывается степень её разработанности, определяются цель, задачи, объект и предмет, практическая значимость работы, эмпирическая база и краткое содержание дипломной работы.

**В первом разделе "Молодежь как группа потребления"** рассмотрены теоретические аспекты молодежи, как группы потребления.

В исследовании раскрыто понятие молодежи и роль автомобиля в жизни Саратовской молодежи.

Молодежь - это определенная социально-демографическая группа, которая переживает период становления социальной зрелости, адаптации к миру взрослых и будущие изменения. Данная группа имеет максимально подвижные границы своего возраста, которые в свою очередь зависят от социально-экономического развития общества, уровня культуры, условий жизни.

Молодежь изучают различные отрасли социологической науки. К примеру, социология молодежи изучает молодежь как социальную общность, особенности ее социализации, воспитания, процесс социальной преемственности и унаследования молодежью знаний и опыта старших поколений, особенности образа жизни, формирование жизненных планов, ценностных ориентаций, выполнение социальных ролей. Все эти знания необходимы социальным работникам. На полученных знаниях они могут эффективно построить свою работу и добиться огромных результатов.<sup>1</sup>

Дано одно из первых определений понятия «молодёжь», выдвинутое в 1968 году В.Т. Лисовским. Под молодежью ученый подразумевал «поколение людей проходящих стадию социализации, усваивающих, а в более зрелом возрасте уже усвоивших, образовательные, профессиональные,

---

<sup>1</sup> Беловицкая, А.А., Соловьева, Л.А., Зозуля, А.В., Мунина, О.В. , Сайганова, Е.В., Ситникова, С.В., Арефьева, Е.О., Марунова, Т.Р. Информация об основных результатах реализации молодежной политики в Саратовской области / под. ред. проф. Ивченкова, С.Г. Саратов: 2014. 101 с.

культурные и другие социальные функции; в зависимости от конкретных исторических условий возрастные критерии молодёжи могут колебаться от 16 до 30 лет».<sup>1</sup> Позднее более полное определение было дано И.С. Коном.<sup>2</sup>

Представлено понятие молодости – это пора когда каждый человек должен сам определить свою судьбу, найти единственно верный, ведущий к успеху жизненный путь. Данный путь должен человеку дать возможность максимально реализовать все свои способности и дарования. Это тот самый период, который сопряжен с мучительно трудным процессом самопознания, обретения собственного «Я». Человеку просто необходимо определить точные границы своих реальных возможностей, понять, на что он вообще способен, утвердить себя в обществе и общественной жизни. Если же смотреть на данную ситуацию с другой стороны, то молодому человеку просто необходимо сформировать максимально достоверное представление об окружающем его мире, систематизировать все ценностные ориентации, политические, нравственные и эстетические воззрения. В условиях жесткого дефицита жизненного опыта жизнь ставит молодого человека перед необходимостью принятия определенного ряда важнейших решений. Существует определенный перечень проблем, с которыми сталкиваются молодые люди. К примеру, выбор профессии, выбор спутника жизни, выбор друзей, и это далеко не полный перечень. Решение этих проблем в значительной степени формирует весь образ последующей жизни молодого человека.<sup>3</sup>

Рассмотрено понятие социализации, как процесса становления личности, получение образования, усвоения общественных ценностей, норм, принятых в существующем на сегодняшний день обществе, также данный процесс включает в себя ассимиляцию и установку образцов. Конечно же, не

---

<sup>1</sup> Ковалева, А.И., Луков, В.А. Социология молодежи. Теоретические вопросы. М.: Социум, 1999. 58с.

<sup>2</sup> Кон, И. С. Социология молодёжи. В кн.: Краткий словарь по социологии М., 1988. 200 с.

<sup>3</sup> Григорьев, С. И., Гусякова, Л. Г., Гусова, С. А. Социальная работа с молодежью/ Учебник для студентов вузов. М.: Наука, 2006. С. 247.

стоит забывать о том, что у молодежи есть особые черты, которые характеризуют её как самостоятельную социально-демографическую группу.

Выделены основные характерные черты, присущие молодежи. Среди них стоит отметить - стремление ко всему новому и необычному, интерес к любой технике, желание быть наравне с взрослыми, стремление к активной деятельности. Как раз в подростковом возрасте происходит разрушение многого из всего того, что являлось привычным, уже сложившимся у подростка за всю его предыдущую жизнь. Данная реконструкция касается почти всех сторон жизни молодого человека и всей его деятельности. Особенно значительные и заметные изменения претерпевает характер учебной деятельности. В подростковом возрасте начинается активное и систематическое усвоение основ всех важных и фундаментальных наук. Все это требует изменения привычных форм работы и перестройки мышления молодого человека, новой организации внимания, приёмов запоминания различной информации. Изменяется и отношение к окружающему. Подросток далеко уже не ребёнок и требует к себе иного отношения и внимания со стороны окружающих.

**Во втором разделе "Социальные функции автомобиля в современном обществе"** были рассмотрены социальные функции автомобиля. Необходимость автомобильной индустрии невозможно переоценить. Она является отнюдь не только крупнейшим пользователем трудовых, материальных и финансовых ресурсов, но и одним из главных производителей промышленной продукции, занимает важную нишу в прогрессе общественного воспроизведения, всемирной экономики, в общем, и единичного государства в частности. В автомобилестроении заинтересованно огромное количество людей, это, в первую, очередь потребители, которые ждут от производителей высокотехнологичных, качественных, надежных, красивых автомобилей. Во-вторых, это производители, которые конкурируют между собой для максимального удовлетворения покупателей, используя при этом новейшие технологии,

работу дизайнеров, чтобы привлечь к своему товару. В-третьих, в автомобильной промышленности заинтересованы государства, для поддержания экономики, это большое количество рабочих мест, экспорт автомашин, как в готовом виде, так и по запчастям, автомобильные концерны платят от своей прибыли налоги в казну.

Автомобильный транспорт имеет большое значение в общей транспортной системе экономики любой страны. Он широко используется во всех отраслях экономики. Автомобильный транспорт используется для перевозки на железнодорожных вокзалах, морских портах и речных пристаней товаров первой необходимости (зерно, строительные материалы и так далее). Для доставки грузов, прибывающих на станцию в порту и на пристани потребителям. Автомобильный транспорт широко используется на основных направлениях, снимают железные дороги перевозки грузов на относительно коротких расстояниях. Автомобили в городах служат для работы на промышленных и коммерческих предприятиях, а в сельской местности - колхозов и совхозов. Важную роль играет и транспортные средства для перевозки пассажиров (автобусы, такси и автомобили ограничено).<sup>1</sup>

Выявлено ряд проблем, сопутствующие массовой автомобилизации. Сегодня ни одному из городских жителей не нужно объяснять, что такое пробка. Тем не менее, мало кто в полной мере осознает, какие существуют последствия автомобилизации городов. Перенасыщение городских автомобилей является катализатором для большинства наших городских недугов – начиная с проблемами со здоровьем и усталостью к трудностям в борьбе с пожарами и преступностью. Проблема перенасыщения городов личными транспортным и средствами является наиболее важной проблемой граждан и требует срочного внимания со стороны правительства.

---

<sup>1</sup> Дановский, С.Л. Конфликтные ситуации сотрудников ГАИ с водителями // Социологические исследования. 1991. №5. С. 46-48.

На улицах практически всех крупных городов мира сегодня тесно. Улицы, возникшие более 100 лет назад, совершенно не рассчитаны на современные автомобильные потоки. Кроме того, в те далёкие времена не существовало проблемы парковки - повозки и экипажи, как правило, загонялись в специально приспособленные для этого помещения либо во двор и не оставались на проезжей части улиц.<sup>1</sup>

Также дано определение автомобиля, не столько, как транспорта, сколько как эффективного способа социальной самоидентификации. Отношение человека к автомобилю формируется в зависимости от социального положения, материального достатка, возраста, социального пола – гендера.<sup>2</sup>

Автомобиль (от др.греч. *αὐτός* сам и лат. *mobilis* движущийся), автомашина, автотранспортное средство, в совокупности автотехника, автотранспорт - моторное безрельсовое дорожное транспортное средство минимум с 4 колёсами. Термин включает легковой автомобиль, грузовой автомобиль, автобус, троллейбус, бронетранспортёр, но не включает сельскохозяйственный трактор и мотоцикл. Автомобилизм - это комплекс знаний и навыков, необходимых для вождения автомобиля, его обслуживания и ремонта; автодело.<sup>3</sup>

Автомобиль во многом упрощает жизнь человека. Без автомобиля человек не будет успевать за тем ритмом, в котором развивается современная жизнь. Особенно необходим автомобиль в крупном и густонаселённом городе. Благодаря личному транспорту, человек может планировать свою жизнь в соответствии с динамичным скоростным ритмом больших городов. Ведь, передвигаясь на общественном транспорте, человек рискует потратить несколько часов, чтобы добраться туда, куда

---

<sup>1</sup> Экологически чистые автомобили на водороде // Внешнеторговый вестник КОРИНФ. 2015. №13. С. 42

<sup>2</sup> Энциклопедии & Словари [Электронный ресурс]: коллекция энциклопедий и словарей. URL: <http://enc-dic.com/> (дата обращения 12.02.16). Загл. с экрана.

<sup>3</sup> Энциклопедии & Словари [Электронный ресурс]: коллекция энциклопедий и словарей. URL: <http://enc-dic.com/> (дата обращения 12.02.16). Загл. с экрана.

ему нужно. Тем более автомобиль необходим, если погода на улице плохая, льёт дождь или дует сильный ветер. В таких условиях, не имея собственного средства передвижения, человеку просто не захочется выходить из дома. А если суровая необходимость всё-таки заставит его отправиться куда-то по делам, он рискует простудиться и проболеть несколько дней. Поэтому жители больших городов так ценят наличие личного автомобиля. Ведь он помогает им сэкономить так много времени! Современный ритм жизни делает автомобиль просто незаменимым средством передвижения.

Решение относительно покупки автомобилей концентрируется вокруг выбора марки, модели, стоимости машины, а также салона. Их разнообразие содержит в себе различные модели и предполагает многочисленные возможности появления новых марок автомобилей. Диверсификация образа жизни создает богатый спектр мотивов к покупке транспортного средства, что, в свою очередь, определяет появление новых автомобилей на рынке. Таким образом, понимание и знание мотивов и факторов, влияющих на покупку транспортного средства, могут стать залогом успешного функционирования автомобильных салонов. Практическая значимость выявления, изучения и использования мотивационных аспектов в сфере покупки автомобилей очевидна. Выявив мотивы, можно вырабатывать эффективные приемы, способствующие привлечению потенциального клиента и придания ему статуса постоянного, и в конечном итоге воздействовать на характер и объем спроса и сбыта.

Для большинства людей, автомобиль уже давно перестал быть роскошью и стал простым инструментом для движения. Конечно, есть роскошные и дорогие автомобили. Когда люди получают за рулем автомобиля, он чувствует свое превосходство над другими водителями. Столько, сколько ему нужно, каждый человек решает самостоятельно. По крайней мере, простые недорогие автомобили так называемых «народных» брендов теперь доступны почти в каждой семье. Кроме того, существуют

кредитные программы, которые предлагают очень выгодные условия и не будут такими обременительными. Поэтому многие из них очень рады приобрести автомобили в кредит, и рады воспользоваться этим замечательным достижением цивилизации. И, конечно же, владельцы новых автомобилей очень внимательно относятся к ним. Многие люди видят свои автомобили в качестве членов их семей. Техника чувствует отношение к ее персоне, и в ответ на такую трогательную заботу для их владельцев, она встречает надежную работу без каких-либо проблем.<sup>1</sup>

Самая главная социальная роль автомобиля в современном обществе это, прежде всего, средство к передвижению и самовыражению. Молодые люди, прежде всего, стараются показать свое «Я», люди среднего и старшего возрастов используют автомобиль как средство передвижения, для облегчения ритма жизни. На сегодняшний день автомобиль считается неотъемлемой частью жизни современного человека.

Так же для выявления роли автомобиля в жизни Саратовской молодежи было проведено исследование, по результатам которого можно сделать вывод, что большинство респондентов являются автолюбителями, 1/3 опрошенных имеют в наличии личный автомобиль, большинство респондентов поддерживают отечественный автопром, весьма велик и водительский стаж наших респондентов, ровно половина наших респондентов, у которых еще нет автомобиля, планируют его покупку в скором времени, и этот автомобиль будет иностранного производства. Те, кто имеет уже свой транспорт, покупают новый автомобиль с целью замены старого автомобиля. Важным критерием при выборе автомобиля является его марка. Отсутствие или нехватка денежных средств является главенствующей проблемой в нашем обществе.

В ходе проведенного исследования были подробно рассмотрены факторы, влияющие на готовность людей к приобретению автомобиля:

---

<sup>1</sup> Луканин, В.Н., Буслаев, А.П., Трофименко, Ю.В и др. Автотранспортные потоки и окружающая среда: Учебное пособие для вузов. М.: ИНФРА-М, 1998 С. 308.

наличие машины, это престижно; машина, как средство для отдыха и развлечения; самоутверждение; умение водить автомобиль – необходимое качество современного человека; машина необходима для семьи; машина необходима для работы; смена прежнего/старого автомобиля.

Абсолютно на все критерии выбора автомобиля, а так же его использования влияет возраст респондентов. В ходе исследования было выявлено, что возраст не оказывает влияния на наличие машины, так как в современном обществе, которое расслоено, молодой человек в 18 лет может иметь не одну и не две машины, и наоборот мужчина лет 30-35 не имеет ни одной машины. Все это показывает на огромное влияние социального статуса и экономических возможностей на наличие автомобиля и его целевого использования. Особого влияния возраст не указал и на приоритет отечественного автомобиля перед иностранным. Хотя зависимость и не проявилась, но, все же, большинство респондентов всех возрастных категорий предпочли отечественный автомобиль иностранному.

В настоящее время выбор автомобиля сильно зависит от дохода человека. Например, люди с низким доходом не могут себе позволить купить машину, которая им нравится, из-за ее высокой стоимости, а те, кто имеет достаточно средств на оплату любого транспортного средства, покупают что хотят. В связи с этим необходима упорядоченная информация о возможностях и желаниях клиентов, для оптимального сочетания этих двух аспектов.

Разработанность данной проблемы в России достаточно высока. Многие неоднократно исследовали факторы, влияющие на выбор клиентами салона, где будут покупать автомобиль, и моделей машин, в зависимости от возраста и прочих социальных показателей. Кроме того, каждая фирма, занимающаяся продажей автомобилей, уделяет большое внимание проведению различных опросов, путем анкетирования клиентов в офисах, а также посредством Интернета. Ну и, конечно же, существует множество специализированных журналов («Автомир», «Автомобили и цены», «Из рук

в руки - авто» и др.), которые по заказу или по собственной инициативе проводят опросы и составляют рейтинги популярных транспортных средств и т.д.

В ходе исследования была выявлена зависимость возраста от водительского стажа. Чем старше респондент, тем выше его стаж, и чем младше респондент, тем соответственно ниже его водительский стаж. Покупка автомобиля с целью самоутверждения проявилась только в молодом возрасте (18-21 год). Данный факт оправдывается тем, что молодежь в данном возрасте пытается показать себя перед своими сверстниками. Данная причина распространяется и для зависимости покупки машины с целью развлечения и отдыха в той же возрастной категории.

С течением времени респонденты начинают стремиться не к совершенствованию прежнего автомобиля, а к покупке более нового, что в свою очередь свидетельствует об их финансовой обеспеченности для совершения данной покупки. Данная тенденция прослеживается в возрасте от 26 до 30 лет. В данном возрасте покупка машины играет важную роль в жизни человека. Так как люди подтверждают свой статус и положение в обществе путем покупки хорошей, дорогой и престижной машины.

В ходе проведенного авторского социологического исследования было выявлено то, что на сегодняшний день роль автомобиля в жизни современного человека довольно велика. Такая тенденция наблюдается не только в некоторых работах, ее можно заметить во всех проводимых в последнее время исследованиях, касающихся данной темы. Роль автомобиля велика не только на федеральном уровне, но и на региональном.

**В заключении** приведены итоги проведенного исследования по проблематике, отмечены основные критерии выбора автомобиля среди молодежи, определена роль автомобиля в жизни молодежи в целом.

**В приложении** представлен инструментарий исследования.