

и произвольным (сознательное формирование политических образов в соответствии с целями и задачами деятельности). Последнее делится на воссоздающее (построение политических образов на основе опосредствованной знаковой информации) и творческое (создание принципиально новых политических образов).

Наиболее распространенными формами политического воображения являются политические мифы и политические утопии.

Политический миф – это некритически воспринимаемое иллюзорное изображение, замещающее и вытесняющее представление о политической реальности. Политический миф как форма иллюзорного постижения политического мира включает в себя либо прозрение, либо заблуждение. В политическом мифе могут воплощаться интимные человеческие вожделения и притязания, его галлюцинаторный политический опыт и особенности как индивидуального, так и коллективного бессознательного. Политический миф появляется тогда, когда люди сталкиваются с невыполнимой задачей, решение которой превосходит их естественные возможности. Символичность политического мифа определяет его важнейшие черты – слабую артикулированность, недостаточную внутреннюю расчлененность мышления. В этом – особенность мифологического воображения – неявное разделение, а иногда и слитность политического субъекта и политического объекта, предмета и знака, слова и дела, существа и его имени. Мифологическое мышление оперирует, как правило, ситуативно-конкретным и индивидуально-персональным, внешними свойствами политического объекта.

При анализе политической утопии необходимо выделить две познавательные традиции, одна из которых опирается на аксиологический, а другая – на содержательный аспекты. С позиции первого подхода политическая утопия рассматривается как определенное пожелание, которое не может быть осуществлено ни при каких условиях и поэтому выступает в качестве недостижимого политического идеала. В русле второго подхода политическая утопия интерпретируется

через понятие трансцендентного знания, критического по отношению к настоящему и «опережающего» будущее [5].

Психологической основой утопий, также как и мифов, выступает склонность людей к иллюзиям – искаженному восприятию политической действительности. Одним из источников политических иллюзий является субъективизм, ведущий к деформации временной перспективы, когда реализация политического идеала переносится на иные временные периоды. Не исключены иллюзии и другого рода, типичные для переломных моментов. Здесь возможны политические иллюзии, связанные с «забеганием» вперед, конструированием политических целей, достижение которых нереально. Утопизм здесь проявляется в подмене реального нереальным. Подмена временных эпох нередко приводит к иллюзорным представлениям, к смещению форм временного бытия объекта. Носителями политических иллюзий являются не столько отдельные личности, сколько определенные группы людей. Одни из них стремятся устранить сформировавшиеся нормы политической жизнедеятельности, другие же – любым способом сохранить их [3].

Когнитивный блок, конечно же, не дает целостного представления о таком сложном явлении как политическая психика. Он включен в сложные процессы взаимодействия, взаимодействия с эмоционально-волевой, ценностно-ориентационной, мотивационно-потребностной сферами политической психики.

Список литературы

1. Головатий М.Ф. Політична психологія. – К., 2009.
2. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. – М., 1996.
3. Коршунова Л.С., Пружинин Б.И. Воображение и рациональность. Опыт методологического анализа познавательных функций воображения. – М., 1989.
4. Лебон Г. Психологи народов и масс. – М., 2010.
5. Лубский Р.А. Политический менталитет: методологические проблемы исследования. – Ростов-на-Дону, 2001.
6. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. – Екатеринбург, 2001.
7. Шестопал Е.Б. Политическая психология. – М., 2010.
8. Щербинина Н.С. Политика и миф // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Политические науки. – 1998. – № 2.

Социологические науки

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО БИЗНЕСА (НА ПРИМЕРЕ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА РОССИИ)

Милевич А.С.

ООО «Стальной канат», Кемерово,
e-mail: milevichtp@mail.ru

На современном этапе развития экономических отношений проблеме предпринимательства уделяли большее внимание экономисты и юристы, чем социологи. В основном изуча-

лись следующие аспекты малого предпринимательства:

1. Взаимодействие власти и бизнеса изучали политолог Т.А. Гермаш, экономист А.А. Агафонов, юрист К.В. Клименко, социолог Е.Ю. Алексеева и другие [4, 1, 7, 2]

2. Социальная ответственность бизнеса перед обществом: экономисты Долматова В.Ю., Ильичева С.М. [5, 6], философ Чистов Р.С. [12], социологи Буравцова В.Н., Суханова К.Л., Садреева Э.Ф. [3, 11, 10].

3. Социальное партнёрство бизнеса: социолог Лобызенковой В.А, Ловкова А.А. [8, 9].

Цель исследования. Данное исследование ставило цель выявить социальные проблемы, которые мешают развитию малого бизнеса. Социологическое исследование прошло 2 этапа: пилотажное и основное. В пилотажном исследовании приняли участие 100 предпринимателей, а в основном исследовании – 500 бизнесменов 5 регионов Сибирского Федерального округа (СФО). Выбор регионов в округе осуществлялся методом жребия (лотерейный метод).

Материал исследования. Для основного исследования использована усовершенствованная анкета пилотажного исследования, с учётом выявленных неточностей в формулировках, замечаний интервьюеров и дополнений респондентов. В основном исследовании было роздано 500 анкет (100 для каждого региона). Проанализировано по Алтайскому краю – 93 (19,1%), Кемеровской области – 100 (20,53%), Красноярскому краю – 94 (19,3%), Новосибирской области – 100 (20,53%), Томской области – 100 (20,53%). Всего 487 анкет, что составило 97,4%. Не принято к анализу 13 анкет (2,6%) по причине несоответствия.

Репрезентативность результатов исследования была достигнута обеспечением не только количественной и качественной совокупности. Качественная репрезентация – это обеспечение в выборочной совокупности представительства всех элементов генеральной совокупности: гендерного аспекта (мужчины-женщины); уровня образования (от среднего общего образования – до предпринимателей, имеющих ученую степень); стажа бизнеса (от начинающих до тех, кто имеет опыт ведения бизнеса свыше 10 лет); направлений деятельности (торговля, сфера услуг, производство, и т.д.); возраста (от 18 лет до 68 лет).

Гендерный аспект основного исследования: из 487 респондентов женщин – 129 (26,5%), мужчин – 358 (73,5%). Самый большой разрыв наблюдается в Томской области, где в выборку вошло только 23% женщин и 77% мужчин. Больше женщин в бизнесе в Алтайском крае и Кемеровской области. В Алтайском крае исследовано 29,0% женщин и 71,0% мужчин; в Кемеровской области, соответственно, 28,0% и 72,0%; в Красноярском крае 26,6% и 73,4%; в Новосибирской области 26,0% и 74,0%.

Статистика показывает, что в малом бизнесе мужчин во всех регионах больше, чем женщин. По всем 15 направлениям бизнес-деятельности мужчины занимают лидирующие позиции. Так в торговле, как основном направлении бизнеса, всего 55 женщин (24,7%) и 168 мужчин (75,3%). Исключение составляют 2 позиции, где лидируют женщины. Это 11 швейных мастерских (2,3%) у женщин и 2 швейных предприятия (0,4%) – у мужчин. Женщины создали

6 образовательных структур (1,3%), а мужчины – всего 5 (1,0%).

Методы исследования. Основным методом исследования был выбран опрос во всех его формах: анкетирование, интервьюирование, беседа. Интервью и беседа помогли уточнить определенные позиции анкеты. Анализ анкет респондентов основного исследования позволил подтвердить выявленные факторы социальной дискриминации предпринимателей малого бизнеса.

Результат. Вопрос: «Приходилось ли вам давать взятки?» сопровождался вариантами ответов: «Да», «Нет». В пилотажном исследовании положительный ответ дали 89,0% респондентов. В основном исследовании подтвердили дачу взятки 431 бизнесмен из 487 респондентов, что составило 88,5%. По регионам: Новосибирская область-18,5%, Кемеровская область-18,3%, Томская область-17,9%, Красноярский край -17,2%, Алтайский край-16,6%. Не дают взяток только 2,0% бизнесменов в Новосибирской области, 2,2% предпринимателей Кемеровской и Томская областей, 2,1% коммерсантов Красноярского края и 2,5% владельцев малого бизнеса Алтайского края.

Гендерный анализ показывает, что как женщины, так и мужчины, в основном, решают проблемы своего бизнеса неправовым способом, т.е. дают взятки. Этот в полной мере относится и к уровню образования, и к стажу ведения бизнеса, и к возрасту предпринимателей, что свидетельствует о том, бизнес во всех регионах округа находится, практически, в одинаковом положении. Чтобы сохранить своё дело бизнес вынужден защищаться не правовыми методами, а финансовыми средствами.

Учитывая результаты анализа пилотажного исследования, были предложены выявленные варианты ответов. Коммерсантам разрешалось указывать любое количество вариантов и дополнять любым количеством ответов, непредусмотренных анкетой. К анализу были приняты 431 анкета, с положительным ответом. За год респонденты округа дали 1559 взяток. В среднем каждый бизнесмен даёт по 3,6 взятки, из них 3,7 приходится на взятки, которые дают женщины и 3,5 взятки спасают бизнес каждого мужчины. В региональном аспекте большой разницы не наблюдается. Наименьшее количество взяток отмечено в Алтайском крае (2,8). Наибольшее количество – в Новосибирской и Кемеровской областях (соответственно 4,1 и 3,9) взятки на одного бизнесмена. В средне-статистические данные попала Томская область, где и женщины, и мужчины дают взятки одинаково, 3,6 раза. В региональном аспекте по количеству взяток лидируют Новосибирская (368) и Кемеровская (347) области, затем Томская область (313) и Красноярский край (304), замыкает рейтинг Алтайский край (227).

Анкета помогла выявить взяточников. По результатам анализа был составлен рейтинг организаций, которые ущемляют права предпринимателей. Их можно по количеству взяток объединить в 5 групп:

1. налоговые органы (234 взятки), местная власть (190), пожарная инспекция (187) и милиция-полиция (170);

2. «благотворительность» (119), откаты поставщикам и потребителям (112 и 97);

3. криминал (93) и энергосбыт (93);

4. ГАИ-ГИБДД (63), сан. службы (63), станции сертификации (60) и суды (55);

5. организаторы выставок-ярмарок (11).

На вопрос: «Почему вы давали взятки?» респонденты отвечали: чтобы ускорить дело, чтобы избежать внеплановых проверок, чтобы показать свою состоятельность, чтобы удалить негативные результаты проверки, чтобы решение в суде было в мою пользу, потому что чиновники тактично предлагают «постараться помочь», чтобы не проводить время у двери чиновника, вынуждают, чтобы устранить конкурента.

Следует отметить, что предприниматели всех регионов давали взятки по всем вариантам ответов. Так, для «ускорения дела» предприниматели дали самое большое количество взяток – 350. Больше всего в Кемеровской и Новосибирской областях, соответственно 88 и 83. Меньше всего в Алтайском крае и Томской области: 43 и 45 взяток. Красноярский край занял серединную позицию с 69 взятками.

На втором месте стоит вариант ответа «тактично предлагают «постараться помочь» – 315 взяток. Стараются «помочь» одинаково, практически во всех регионах. Чиновники получили в Кемеровской области – 66 (20,9%), в Красноярском крае – 67 (21,3%), в Томской области – 68 (21,6%) и в Новосибирской области – 69 (21,9%) взятку. Чиновники Алтайского края получили всего 45 взятку (14,3%).

Бизнесмены избежали внеплановых проверок 224 раза, потому что именно столько раз они «благодарили» нужных людей. Это 34 предпринимателя (15,2%) из Красноярского края, 43 бизнесмена (19,2%) из Алтайского края, 45 коммерсантов (20,1%) Томской области, 49 респондентов (21,9%) из Новосибирской области и 53 предпринимателя (26,3%) из Кемеровской области.

Предприниматели округа не хотят тратить время в очередях у кабинетов чиновников и служащих, поэтому 203 раза они сэкономили время за счёт финансовых потерь. Практически одинаковое количество раз – предприниматели Новосибирской (49 – 24,1%) и Томской (48 – 23,7%) областей. 43 коммерсанта (21,2%) Кемеровской области и 39 бизнесменов (19,2%) Красноярского края решали проблемы таким способом. В Алтайском крае только 24 респон-

дента (11,8%) подтвердили такой вариант ответа. Ответ «вынуждают» дали 198 бизнесменов – это почти одинаково во всех регионах округа: в Новосибирской области (45-22,7%), Красноярском крае (43-21,7%), Кемеровской области (42-21,2%) и Томской области (39-19,7%), в Алтайском крае – 29 раз (14,7%).

По мнению респондентов, цель любой проверки: найти ошибки, чтобы получить «благодарственные» деньги. Ошибки со штрафами обходятся дорого предпринимателю. Ему легче «отблагодарить» проверяющего. Эту стратегию в округе реализовали бизнесмены всех округов в общей сложности 136 раз. Доля Новосибирской (33 раза – 24,3%) и Томской (34 – 25,0%) областей почти одинакова и составляет около половины всех сделок, конкретнее 49,3%. Можно поставить рядом Кемеровскую область (23 – 16,9%) и Красноярский край (27 – 19,8%). Реже этим путём (19 – 14,0%) идут алтайские бизнесмены.

Негативный вариант ответа был вписан предпринимателями в полевом исследовании «чтобы устранить конкурента». В такой формулировке он был оставлен в основном исследовании и был подтверждён 59 респондентами. Исследование показало, что этот нечестный метод конкуренции существует у предпринимателей всех регионов округа. Можно составить рейтинг по количеству убывания использования этого способа: Новосибирская область (19-32,2%), Кемеровская область (15-25,4%), Томская область (13- 22,0%), Красноярский край (8-13,6%) и Алтайский край (4-6,8%).

55 раз суды различной инстанции получали взятки от бизнесменов округа. Это в равной степени свойственно Новосибирской (15 взятку-27,3%), Кемеровской (13-23,6%) областям и Красноярскому краю (12-21,8%). В меньшей степени это направление взяточничества затронуло Томскую область (9-16,3%) и Алтайский край (4-6,8%).

Статистика исследования показывает, что предприниматели часто страдают от вымогательства чиновников. Чтобы выяснить, готовы ли бизнесмены выступить против этого, в анкету был включен вопрос: «Примите ли вы участие в борьбе с коррупцией?». Анализ ответов, показал, что 102 предпринимателя (21,0%), готовы бороться с коррупцией. Следует отметить, что 48,0% бизнесменов не верят в лучшее, 31,0% коммерсантов заняли выжидательную позицию. 151 предприниматель (31,1%) пока решили посмотреть, что получится у «борцов». 101 бизнесмен (20,8%) готов бороться за свой «уже закрытый бизнес», как месть чиновнику. Гендерный аспект желания предпринимателей бороться с коррупцией показал, что как женщины, так и мужчины нерешительны и не готовы вступить в борьбу с коррупцией за свои права. 385 респондентов, что составляет 79,0%, не

хотя бы таким юридически законным способом отстаивать свои права в бизнесе. Среди них 107 женщин (22,0%) и 278 мужчин (57,1%).

Вывод. Таким образом, результаты анкетирования предпринимателей Сибирского Федерального округа позволили выявить один из основных социальных факторов виктимизации в малом бизнесе – взятку, определить причины дачи взяток и оценить возможности борьбы с коррупцией в регионах СФО.

Список литературы

1. Агафонов А.А. Методы и инструменты государственной поддержки малого бизнеса в России: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. – М., 2010. – 21 с.
2. Алексеева Е.Ю. Институционализация взаимоотношений власти, бизнеса и общества в современной России: Автореф. дис. ... канд. соц. наук. – М., 2008. – 26 с.
3. Буравцова В.Н. Трансформация социальной ответственности бизнеса в контексте социального партнерства в российском обществе: Автореф. дис. ... канд. соц. наук. – Краснодар, 2011. – 18 с.
4. Гермаш Т.А. Политическое взаимодействие государственной власти и бизнеса в России: становление корпоративистской модели. Автореф. дис. ... канд. полит. наук. – Ростов н/Дон, 2011. – 24 с.

5. Долматова В.Ю. Развитие организационно-экономических условий и форм реализации социальной ответственности бизнеса в России: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Ростов н/Дон, 2011. – 25 с.

6. Ильичева С.М. Влияние социальной ответственности бизнеса на формирование социального качества экономического роста: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Волгоград, 2011. – 18 с.

7. Клименко К.В. Типология организационно-правовых и управленческих форм взаимодействия бизнеса с исполнительной властью: Автореф. дис. ... канд. юрид. наук. – Хабаровск, 2009. – 24 с.

8. Лобызенкова В.А. Институционализация объединений малого предпринимательства как условие развития социального партнерства: Автореф. дис. канд. соц. наук. – Пенза, 2010. – 24 с.

9. Ловкова А.А. Взаимодействие органов местного самоуправления, общественных организаций и бизнеса как форма социального партнерства: Автореф. дис. ... канд. соц. наук. – Саранск, 2009. – 26 с.

10. Садреева Э.Ф. Корпоративная социальная ответственность российского бизнеса: проблемы становления и экономическая эффективность: Автореф. дис. ... канд. соц. наук. / Э.Ф. Садреева. – Казань, 2010. – 26 с.

11. Суханова К.Л. Социальная ответственность бизнеса в условиях модернизации российского общества: Автореф. дис. ... канд. соц. наук. – М., 2010. – 24 с.

12. Чистов Р.С. Философский анализ социальной ответственности бизнеса: Автореф. дис. ... канд. филос. наук. – Красноярск, 2011. – 24 с.

«Современные наукоемкие технологии», Израиль, 20-27 февраля 2014 г.

Медицинские науки

МИКРОРЕОЛОГИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА ЭРИТРОЦИТОВ У ЛИЦ С АРТЕРИАЛЬНОЙ ГИПЕРТОНИЕЙ И ДИСЛИПИДЕМИЕЙ НА ФОНЕ АТОРВАСТАТИНА

Скорятин И.А., Медведев И.Н.

*Курский институт социального образования,
филиал Российского государственного социального
университета, Курск, e-mail: ilmedv1@yandex.ru*

Цель работы – выяснить влияние аторвастина на микрореологические свойства эритроцитов при артериальной гипертензии (АГ) и дислипидемии (Д).

Под наблюдением находились 33 больных АГ 1-2 степени с Д Пб типа, риск 3, получавших аторвастин 10 мг на ночь. Группу контроля составили 26 здоровых людей аналогичного возраста. Применены биохимические, гематологические и статистические методы исследования.

Применение аторвастина вызвало в крови больных АГ с Д увеличение содержания дискоцитов. Уже через 16 нед. лечения их содержание полностью нормализовалось (82,3±0,20%), сохраняясь до конца наблюдения (82,4±0,14%). При этом, суммарное количество обратимо и необратимо измененных форм эритроцитов снижалось, стабильно достигнув значений группы

контроля к 16 нед. (11,4±0,12% и 6,4±0,13%, соответственно). Найдено, что аторвастин способствовал понижению у пациентов индекса трансформации, достигшего уровня контроля через 4 мес. лечения (0,27±0,014). У больных АГ с Д было выявлено уменьшение индекса обратимой трансформации, составившего к 16 нед. терапии 0,14±0,015. Оптимизация количества циркулирующих в крови пациентов необратимо измененных эритроцитов на фоне терапии аторвастина обеспечивало у них нормализацию индекса необратимой трансформации к 16 нед. лечения (0,07±0,008), сочетаясь с увеличением индекса обратимости до 1,78±0,006%, вышедшим на уровень группы контроля. В результате 16 нед. примененной гиполлипидемической терапии отмечено снижение суммы эритроцитов в агрегате и количества агрегатов при увеличении свободно лежащих эритроцитов до уровня группы контроля. При этом, средний размер агрегата к 16 нед. терапии составил 4,6±0,05 клеток, показатель агрегации – 1,13±0,09, а процент неагрегированных эритроцитов достиг уровня 85,4±0,11%, сохраняя свои значения до конца наблюдения.

Таким образом, у больных АГ с Д на фоне 16 нед. приема аторвастина стойко нормализуются микрореологические свойства эритроцитов.