

**MINISTRY
OF SCIENCE AND HIGHER EDUCATION
OF THE RUSSIAN FEDERATION**

**KAZAN
FEDERAL UNIVERSITY**

**INSTITUTE OF
SOCIAL AND PHILOSOPHICAL SCIENCES
AND MASS COMMUNICATIONS**

**МИНИСТЕРСТВО
НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**КАЗАНСКИЙ
ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ИНСТИТУТ
СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИХ НАУК
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

**ЦИФРОВАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ И ЦИФРОВАЯ
КОМПЕТЕНТНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ
СИСТЕМНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ: ТЕХНОЛОГИИ
РЕГУЛИРОВАНИЯ, РИСКИ, СЦЕНАРИИ**

**VI Международная конференция
«Казанские социологические чтения»**

Сборник научных трудов

Казань, 18–19 мая 2023 г.

**DIGITAL SOCIALIZATION AND DIGITAL
COMPETENCE IN THE CONDITIONS OF GLOBAL
SYSTEMIC CHANGES: REGULATION
TECHNOLOGIES, RISKS, SCENARIOS**

**VI International Conference
“Kazan sociological readings”**

Collection of scientific papers

Kazan, May 18–19, 2023



КАЗАНЬ

2023

УДК 316
ББК 60.5
Ц75

*Печатается по рекомендации Ученого совета
Института социально-философских наук и массовых коммуникаций
Казанского (Приволжского) федерального университета*

*Printed on the recommendation of the council
of the Institute of social and philosophical sciences and mass communications
of Kazan (Volga Region) Federal University*

Редакционная коллегия:

Президент КФУ, заведующий кафедрой общей и этнической социологии
Института социально-философских наук и массовых коммуникаций КФУ,
доктор социологических наук, профессор **Р.Г. Минзарипов**;
заместитель директора Института социально-философских наук и массовых коммуникаций
КФУ по научной деятельности, доктор социологических наук, профессор **М.Ю. Ефлова**

Editorial board:

The president of KFU, Head of the department of general and ethnic sociology at the Institute
of social and philosophical sciences and mass communications, Doctor of sc., Professor

R.G. Minzaripov

Deputy director for research of the Institute of social and philosophical sciences
and mass communications of KFU, Doctor of Sc., Professor **M.Yu. Eflova**

Ц75

Цифровая социализация и цифровая компетентность в условиях глобальных системных изменений: технологии регулирования, риски, сценарии [Электронный ресурс]: VI Международная конференция «Казанские социологические чтения»: сборник научных трудов (Казань, 18–19 мая 2023 г.) = **Digital socialization and digital competence in the conditions of global systemic changes: regulation technologies, risks, scenarios** [Electronic resource]: VI International Conference “Kazan sociological readings”: collection of scientific papers (Kazan, May 18–19, 2023). – Электронные текстовые данные (1 файл: 9,48 Мб). – Казань: Издательство Казанского университета, 2023. – 588 с. – Системные требования: Adobe Acrobat Reader. – URL: <https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1zJ3m8lTsXJPnQl7Tz4B1VubSythrkdL>. – Загл. с титул. экрана.

ISBN 978-5-00130-618-4

В сборнике представлены материалы VI Международной конференции «Казанские социологические чтения», организованной кафедрой общей и этнической социологии Института социально-философских наук и массовых коммуникаций Казанского федерального университета в рамках государственного задания по проекту № FZSM-2023-0022 «Цифровая социализация и цифровая компетентность молодежи в условиях глобальных системных изменений: технологии регулирования, риски, сценарии».

The collection presents the materials of the V International conference “Kazan sociological readings”, implemented by the Department of General and Ethnic Sociology of the Institute of Social and Philosophical Sciences and Mass Communications of Kazan Federal University under the project no. FZSM-2023-0022 “Digital socialization and digital competence of youth in the context of global systemic changes: regulatory technologies, risks, scenarios” within the framework of the state task.

УДК 316
ББК 60.5

ISBN 978-5-00130-618-4

© Издательство Казанского университета, 2023

СЕКЦИЯ: ЦИФРОВАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ		
И МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ		12
1.	Бадретдинова Гузель Ришатовна, Валитова Ника Эдуардовна, Нургалиева Розалия Ильшатовна К ВОПРОСУ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ	12
2.	Баканов Роман Петрович, Егорова Лилия Георгиевна, Туманов Дмитрий Валерьевич МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ И МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕДИАПРОЦЕССОВ	16
3.	Барышев Алексей Андреевич, Кашпур Валерия Викторовна АНАЛИЗ МЕТОДОВ КАРТИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОНЦЕПТОВ	22
4.	Бурганова Лариса Агдасовна, Мягков Герман Пантелеймонович, Юрьева Оксана Владимировна СОЦИАЛЬНЫЕ АГЕНТЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ	30
5.	Васильева Диана Вадимовна ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ БЛОГИНГА НА САМОРЕАЛИЗАЦИЮ МОЛОДОГО ПОКОЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ	35
6.	Галанская Алёна Валерьевна, Нуруллина Эльмира Ринатовна СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ	39
7.	Ефлова Мария Юрьевна, Дудочников Алексей Игоревич СООТНОШЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ДИСТАНЦИОННОГО И ТРАДИЦИОННОГО ГОЛОСОВАНИЯ НА ПОЛИТИЧЕСКИХ ВЫБОРАХ В РОССИИ	43
8.	Емельянов Игорь Викторович ЦИРКУЛЯЦИЯ СЛУХОВ И ДОВЕРИЕ МОЛОДЁЖИ В СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛОВИЯХ	47
9.	Закиров Аяз Маратович ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ МНОГОУРОВНЕВОЙ ЦИФРОВОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ МОЛОДЁЖИ	53
10.	Колюшкина Мария Валерьевна ДОПОЛНЕННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВОГО НЕРАВЕНСТВА: СЦЕНАРИИ ВКЛЮЧЕНИЯ	61
11.	Краева Лариса Борисовна, Ломова Ирина Олеговна СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛЮДЕЙ СТАРШЕГО ВОЗРАСТА (НА ПРИМЕРЕ ОБУЧАЮЩЕГО САЙТА «УНИВЕРСИТЕТ ТРЕТЬЕГО ВОЗРАСТА»)	67
12.	Липатова Анна Вячеславовна МЕХАНИЗМЫ И АГЕНТЫ ЦИФРОВОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ	68

13.	Лихманова Алина Рустамовна, Романов Михаил Васильевич ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В РОССИИ: ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ	73
14.	Маяковская Анастасия Владимировна ЦИФРОВИЗАЦИЯ ПОВСЕДНЕВНОСТИ: АНАЛИЗ ПРАКТИК РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ	78
15.	Мельникова Анастасия Сергеевна СОЦИАЛЬНЫЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ И ПРАКТИКИ УЧАСТИЯ В ФАНДОМАХ	81
16.	Мухаметшин Рашид Маратович, Хайруллина Юлдуз Ракибовна СОЦИАЛЬНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ И ИХ ВЗАИМОСВЯЗЬ С ФЕНОМЕНОМ ЦИФРОВИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ	85
17.	Нуруллина Эльмира Ринатовна, Ситдиков Ильгам Вернатович ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕАЛИЗАЦИИ СИСТЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ	89
18.	Палагин Павел Александрович ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ ИНТЕРНЕТ-ПЛОЩАДОК ДЛЯ КУПЛИ-ПРОДАЖИ АВТОМОБИЛЕЙ НА ПРИМЕРЕ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ	94
19.	Приходько Анастасия Евгеньевна, Максимова Ольга Александровна ФАББИНГ КАК РЕЗУЛЬТАТ ВЛИЯНИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ	102
20.	Салахутдинов Артур Андреевич ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ ЦИФРОВОЙ СРЕДЫ КАК УСЛОВИЯ СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ: АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ	108
21.	Семенова Анна Дмитриевна ЦИФРОВАЯ АДАПТАЦИЯ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ	113
22.	Сергеева Зульфия Харисовна, Сергеев Сергей Алексеевич ПРИМЕНЕНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ» В ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА	119
23.	Солдатенкова Светлана Сергеевна, Нуруллина Эльмира Ринатовна РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВ В СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ОБЩЕСТВА	124
24.	Трубицин Иван Иванович, Хайруллина Юлдуз Ракибовна РОЛЬ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ В РАЗВИТИИ ЦИФРОВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ И УМЕНЬШЕНИИ ЦИФРОВОГО НЕРАВЕНСТВА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН	129
25.	Усманов Галяэддин Рафаилович ТРАНСФОРМАЦИЯ РЫНКОВ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ: КАК ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ СОЗДАЕТ НОВЫЕ ФОРМЫ СОЦИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕЖДУ ПРОДАВЦАМИ И ПОКУПАТЕЛЯМИ	134

26.	Ушакова Анастасия Максимовна ГИБРИДНОЕ СОСЕДСТВО КАК НОВАЯ ПРАКТИКА ФОРМИРОВАНИЯ ЖИЛИЩНОГО СООБЩЕСТВА (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ИННОПОЛИС)	137
27.	Хайруллин Рауль Рафаэлевич, Антонова Ольга Геннадьевна ДЕТСКИЙ СЕМЕЙНЫЙ ДОСУГ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ: СОСТОЯНИЕ, РИСКИ	141
28.	Щекотуров Александр Вячеславович, Актс Игорь Владимирович МНЕНИЕ РОДИТЕЛЕЙ КАК ФАКТОР ВИРТУАЛЬНОЙ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ СТУДЕНТОВ: ОПЫТ ПИЛОТНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ	146
29.	Savelyeva Anastasia Igorevna, Gazizova Alfiya Idusovna FEATURES OF DIGITAL TRANSFORMATION IN THE SOCIAL SPHERE: EXPERIENCE, RISKS, DEVELOPMENT SCENARIOS	148
СЕКЦИЯ: СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА И КУЛЬТУРА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ		154
30.	Баранов Николай Вадимович ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕКАРИАТА В РАМКАХ ПРОЦЕССОВ В КОНЦЕ XX – НАЧАЛЕ XXI СТОЛЕТИЙ	154
31.	Беляев Владимир Александрович, Новоселова Екатерина Михайловна ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН	159
32.	Жемчураева Седа Шахитовна ИСТОРИЧЕСКАЯ ПАМЯТЬ ЧЕЧЕНЦЕВ В КОНТЕКСТЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА	162
33.	Камчыбек уулу Мырзабек ОСОБЕННОСТИ САМОПОНИМАНИЯ ЛИЧНОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ТИТУЛЬНОГО ЭТНОСА В СРАВНЕНИИ С ДРУГИМИ НАРОДАМИ, ПРОЖИВАЮЩИМИ В КЫРГЫЗСТАНЕ	169
34.	Моисеева Анна Александровна ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОМ РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ)	179
35.	Мохаммад Вижа Тарик, Шабалина Алина Эдуардовна, Хизбуллина Радмила Радиковна КОНФЛИКТ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ	182
36.	Низамова Лилия Равильевна ВИТАЛЬНОСТЬ ЯЗЫКОВ НАРОДОВ ПОВОЛЖЬЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ	186
37.	Нуруллина Эльмира Ринатовна, Крупина Анжелика Алексеевна, Надеева Алина Константиновна ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ	191

38.	Нурутдинова Аида Наильевна ПРАКТИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЯЗЫКОВ В РЕСПУБЛИКАХ ПОВОЛЖЬЯ И ПРИУРАЛЬЯ (ПО МАТЕРИАЛАМ ИНТЕРВЬЮ С ЛИДЕРАМИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ)	198
39.	Смирнов Сергей Владимирович ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ТРАДИЦИИ ТАТАРСКОГО НАРОДА	202
40.	Смирнова Ирина Анатольевна, Захарова Анастасия Васильевна СПОРТ КАК КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН В СОВРЕМЕННОМ ГЛОБАЛЬНОМ СОЦИУМЕ	206
41.	Хакназаров Саидмурод Хамдамович СУБЪЕКТИВНЫЙ ВЗГЛЯД НА ИЗУЧЕНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РОДНЫХ ЯЗЫКОВ: НА ПРИМЕРЕ БЕЛОЯРСКОГО РАЙОНА ЮГРЫ	211
42.	Хамитов Данил Динарович РОЛЬ ЛИДЕРА В СОВРЕМЕННЫХ АСПЕКТАХ	215
43.	Швецов Лев Константинович, Хайруллина Юлдуз Ракибовна ОСОБЕННОСТИ ЭЗОТЕРИЧЕСКИХ ПРАКТИК В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН	219

**СЕКЦИЯ: ЖИЗНЕННОЕ ПРОСТРАНСТВО СОВРЕМЕННОЙ
РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ: ВЫЗОВЫ, ПРОБЛЕМЫ,
ВОЗМОЖНОСТИ** 225

44.	Абдулазизова Влада Акрамовна, Хайруллина Юлдуз Ракибовна ИНВЕСТИЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ МОЛОДЁЖИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ГЕНДЕРНЫЙ ФАКТОР	225
45.	Ахметзянова Эвелина Аделевна ВЛИЯНИЕ ГОРОДА И ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА НА СТУДЕНЧЕСКУЮ ЖИЗНЬ КАЗАНСКОЙ МОЛОДЕЖИ (ПО МАТЕРИАЛАМ ЭКСПЕРТНОГО ИНТЕРВЬЮ)	229
46.	Бинеева Наталья Камильевна ГРАЖДАНСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ В КОНТЕКСТЕ ИНТЕГРАЦИИ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА	233
47.	Брюханова Анастасия Константиновна, Синьковская Ирина Георгиевна ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ О НЕНОРМАТИВНОЙ ЛЕКСИКЕ	240
48.	Буркутова Ирина Игоревна, Максимова Ольга Александровна ОСОБЕННОСТИ СТИЛЯ ЖИЗНИ НЕЕТ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ МОЛОДЕЖИ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)	243
49.	Гарипова Ляйсан Сириновна РЕЛИГИОЗНАЯ КОНВЕРСИЯ АУДИТОРИИ ЛИЧНОГО БРЕНДА (ПО МАТЕРИАЛАМ ИНТЕРВЬЮ С ПОДПИСЧИКАМИ БЛОГЕРОВ-МУСУЛЬМАНОВ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)	248
50.	Гладченко Алина Николаевна ФРИЛАНС КАК ФОРМА ЗАНЯТОСТИ МОЛОДЁЖИ	252

51.	Донец Нелли Олеговна ВЛИЯНИЕ ВТОРИЧНОЙ ЗАНЯТОСТИ СТУДЕНТОВ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРАКТИК ЗАБОТЫ О СЕБЕ	257
52.	Ишмухаметов Ильгам Шакирзянович ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТИРЫ СТАРШЕКЛАССНИКОВ ГОРОДА НИЖНЕКАМСКА В СФЕРЕ ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ	263
53.	Кадырова Эльвира Исмагиловна АДАПТАЦИЯ ПРИЕЗЖИХ СТУДЕНТОВ В РОССИЙСКИХ ВУЗАХ	268
54.	Кладова Анастасия Андреевна, Гарифзянова Альбина Раисовна ГОРОДСКИЕ КРЕАТИВНЫЕ ПРОСТРАНСТВА КАК МЕСТА РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОДЁЖИ: АКТИВНОСТИ, ПОТЕНЦИАЛ И ВОЗМОЖНОСТИ	271
55.	Кузнецов Владислав Олегович ПРОБЛЕМА ВЫБОРА БРАЧНОГО ПАРТНЕРА В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА	279
56.	Литвинова Алёна Владимировна ОТНОШЕНИЕ КАЗАНСКИХ СТУДЕНТОВ К «ИНФАНТИЛЬНЫМ» ПРАКТИКАМ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ МАССОВОГО ОПРОСА)	285
57.	Максимова Ольга Александровна СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЦИФРОВЫХ ПОКОЛЕНИЙ: ФАКТОРЫ, УСЛОВИЯ, РИСКИ	291
58.	Михайлова Анастасия Владимировна ОТНОШЕНИЕ КАЗАНСКИХ СТУДЕНТОВ К ПРОБЛЕМЕ БЕЗОПАСНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ (ПО МАТЕРИАЛАМ МАССОВОГО ОПРОСА)	294
59.	Пассова Анастасия Алексеевна ПРОБЛЕМА ВЛИЯНИЯ ФАКТОРА УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА СОЦИАЛЬНОЕ САМОЧУВСТВИЕ СТУДЕНТОВ	299
60.	Савельева Жанна Владимировна, Файзуллина Лилия Рафисовна ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ К ДОНОРСТВУ И ЕГО ВИДАМ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В КАЗАНИ)	305
61.	Садыкова Регина Римовна ЯЗЫКОВЫЕ УСТАНОВКИ МОЛОДЕЖИ	309
62.	Свешникова Полина Сергеевна ДЕМОНСТРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ МОЛОДЕЖИ КАК ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА	317
63.	Соколова Екатерина Алексеевна СОЦИАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ ЛЮДЕЙ С ДИАГНОЗОМ АНОРЕКСИЯ	322
64.	Соловарова Юлия Николаевна ПРОБЛЕМАТИКА ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЖИЗНЕННОГО ПРОСТРАНСТВА СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ	327
65.	Хайруллина Дина Загитовна, Гарифзянова Альбина Раисовна БАРЬЕРЫ СОЦИАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В ГОРОД В КОНТЕКСТЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ МИГРАЦИИ	332

66. Хохлов Алексей Александрович,
Нурутдинова Аида Наильевна
ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОЗНАНИЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ
ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН
(ПО МАТЕРИАЛАМ МАССОВОГО ОПРОСА) 338
67. Шаяхметова Римма Рафаэлевна
ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ:
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ 345
68. Щенева Дарья Дмитриевна
ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О РОДИТЕЛЬСКИХ РОЛЯХ
У ДЕТЕЙ-ВЫХОДЦЕВ ИЗ МАТЕРИНСКИХ СЕМЕЙ 351

**СЕКЦИЯ: ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ, СОЦИАЛЬНЫЙ
КАПИТАЛ, ОБРАЗОВАНИЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ
ТРАЕКТОРИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ 357**

69. Аксакалова Мадина Кенжебековна
МЕТОДОЛОГИЯ ПОНЯТИЯ «БЕДНОСТЬ» КАК СОЦИАЛЬНОГО
ФЕНОМЕНА 357
70. Алексеева Екатерина Александровна
РЫНОК ТРУДА: СТРАТЕГИЯ ВРЕМЕННОГО ФРИЛАНСА
(НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА КАЗАНЬ) 365
71. Алтай Аружан,
Аксакалова Мадина Кенжебековна
ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ
И МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ
КОМПЕТЕНЦИЙ СОЦИАЛЬНОГО РАБОТНИКА
ПРИ ОКАЗАНИИ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ 368
72. Барышев Алексей Андреевич
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ДЕЙСТВИЕ: ОПЫТ КАРТИРОВАНИЯ
РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЗНАЧЕНИЙ КОНЦЕПТА 373
73. Волкова Анна Геннадьевна,
Гончарова Светлана Владимировна
СПОСОБЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЕЖИ К СОЦИАЛЬНОМУ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ НА ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
СО НКО ИНКЛЮЗИВНЫЕ МАСТЕРСКИЕ «ПРОСТЫЕ ВЕЩИ» 383
74. Гарипова Регина Рафисовна,
Сатикова Ильмира Илгамовна
ТРУДОУСТРОЙСТВО ЛЮДЕЙ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ
В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ
(НА МАТЕРИАЛАХ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН) 388
75. Глухов Андрей Петрович
РЕГИОНАЛЬНАЯ ИННОВАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ЭКОСИСТЕМА: КЕЙС ГОРОДА ТОМСКА 392
76. Гулеватая Анастасия Николаевна,
Миляева Екатерина Галимулловна
ЦИФРОВАЯ АСКЕТИКА КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ
НАВЫКОВ СЕБЯ, ИЛИ SELF-SKILLS 397
77. Гуриева Лира Константиновна,
Джиоев Александр Валерьевич
ЦИФРОВАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ ЗАНЯТОГО
НАСЕЛЕНИЯ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ 403

78.	Ефимова Галина Зиновьевна АКАДЕМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ НАУЧНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ РАБОТНИКОВ И УПРАВЛЕНИЕ ИМ КАК ПРЕДМЕТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА	410
79.	Закирова Диана Радиковна ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОНФЛИКТ В ДИАДЕ «ШКОЛЬНЫЙ УЧИТЕЛЬ-УЧЕНИК» В КОНТЕКСТЕ МОДЕРНИЗАЦИЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ	414
80.	Зауголышева Мария Михайловна, Сайфутдинова Регина Маратовна СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНСТИТУТА КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ	419
81.	Иванченко Ольга Сергеевна ИЗМЕНЕНИЕ СТАТУСНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ В РОССИИ	423
82.	Козлова Виктория Александровна ПЕРСПЕКТИВЫ ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ	430
83.	Култышева Анастасия Андреевна ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ СТУДЕНТОВ ВУЗА В ПРОЦЕССЕ УЧЕБЫ	436
84.	Лехотина Анастасия Сергеевна СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ: НА ПРИМЕРЕ ПЕРМСКОГО КРАЯ	439
85.	Лосева Алиса Александровна ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ УСПЕХЕ РОССИЙСКОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ	445
86.	Минь Ю, Киселев Игорь Юрьевич ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И ТРАЕКТОРИИ ЗАНЯТОСТИ ПЕНСИОНЕРОВ КИТАЯ	449
87.	Нагайцев Виктор Валентинович ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА НА УРОВЕНЬ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРЯЖЕННОСТИ В СОЦИУМЕ	454
88.	Нагимова Айсылу Мирзарифовна ЛОЯЛЬНОСТЬ СОТРУДНИКОВ КАК ДЕТЕРМИНАНТА ИМИДЖА КОМПАНИИ	459
89.	Насибуллин Рустем Равилевич ДЕТСТВО КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН	464
90.	Насибуллина Алия Сердаровна, Вагапова Алия Зуфаровна СОСТОЯНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА И ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ ВНЕ ТРУДОУСТРОЙСТВА И ОБРАЗОВАНИЯ	473
91.	Попова Варвара Алексеевна ТРУДОВЫЕ СТРАТЕГИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	479
92.	Пупкова Юлия Валентиновна, Гордиенко Анастасия Романовна ВИРТУАЛЬНЫЕ КОМАНДЫ КАК АТРИБУТ ЦИФРОВИЗАЦИИ HR-МЕНЕДЖМЕНТА	483

93.	Рысаев Ильшат Шавалиевич, Батырова Рания Фаритовна СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ КАК МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ОСНОВА МОДЕРНИЗАЦИИ ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ	489
94.	Сагдиева Юлианна Анатольевна СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ ПЕДАГОГОВ-ПСИХОЛОГОВ	493
95.	Хайруллина Юлдуз Ракибовна, Саттарова Ленара Винеровна РЕАЛИЗАЦИЯ МЕР СОЦИАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН В СЛОЖИВШИХСЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ	500
96.	Ситдикова Диляра Рашидовна ПРОБЛЕМНЫЕ ПОЛЯ В ОРГАНИЗАЦИИ АДАПТАЦИОННЫХ ПРОГРАММ ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ В КФУ	504
97.	Соловьев Аркадий Константинович ПЕНСИОННЫЙ КАПИТАЛ В ЧЕЛОВЕЧЕСКОМ ПОТЕНЦИАЛЕ РАБОТНИКА: ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РИСКИ РЕАЛИЗАЦИИ	509
98.	Терехина Александра Григорьевна ТРАЕКТОРИИ ЗАНЯТОСТИ СТУДЕНТОВ-СОЦИОЛОГОВ	513
99.	Хабибрахманова Диляра Рустемовна РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАЧЕСТВ СОТРУДНИКОВ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ	517
100.	Шамсутдинова Ильсия Ильдусовна ИНСТИТУТ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РФ: ИЗМЕНЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ	521
101.	Шибаетаева Арина Игоревна ТРАЕКТОРИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ ФАКУЛЬТЕТА СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИХ НАУК ЯРГУ ИМЕНИ П.Г. ДЕМИДОВА	528
102.	Шихова Ольга Николаевна, Прямикова Елена Викторовна ИЗУЧЕНИЕ ПЛАНОВ СТАРШЕКЛАССНИКОВ ПО ПОВОДУ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО БУДУЩЕГО В ИНДУСТРИАЛЬНОМ СЕКТОРЕ	533
	СЕКЦИЯ: ПРОБЛЕМЫ ЗДОРОВЬЕСБЕРЕЖЕНИЯ, ВОСПРОИЗВОДСТВА СОЦИАЛЬНОГО ПОРЯДКА И НЕРАВЕНСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ	542
103.	Акбашева Альфия Анваровна ФОРМИРОВАНИЕ ПРАКТИК ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ ГОРОЖАН В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА КАЗАНИ	542
104.	Володин Даниил Михайлович ЭТНОГРАФИЯ НАРКОПРОИЗВОДСТВА В РОССИИ: ОПЫТ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ	545

105.	Ершов Андрей Николаевич, Мишин Виталий Александрович ВОЗМОЖНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ И САМОАКТУАЛИЗАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНА КАК КОМПОНЕНТЫ СОЦИАЛЬНОГО ЗДОРОВЬЯ (НА ПРИМЕРЕ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА)	547
106.	Ишкинеева Фарида Фалесовна ГОТОВНОСТЬ К ДОНОРСТВУ: МОТИВЫ ВСТУПЛЕНИЯ РОССИЯН В РЕГИСТР ДОНОРОВ КОСТНОГО МОЗГА	553
107.	Мальцева Мария Витальевна ФАКТОРЫ ВКЛЮЧЕНИЯ ЛЮДЕЙ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ ПО ЗРЕНИЮ В СОВРЕМЕННОЕ ОБЩЕСТВО (НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)	555
108.	Мельников Тигран Кириллович, Афиногенова Ксения Михайловна, Фатихова Рания Шамилевна, Чугунова Елизавета Владимировна ПУТЬ К ЗДОРОВЬЮ ЧЕРЕЗ ИННОВАЦИИ: ВЗГЛЯД СТУДЕНТОВ НА ВНЕДРЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЗАНЯТИЯ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ	562
109.	Орещенкова Юлия Александровна ПРОБЛЕМА ВЛИЯНИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ РЫНКА ТРУДА НА РОССИЙСКУЮ ПЕНСИОННУЮ СИСТЕМУ	566
110.	Ситдиков Ильгам Вернатович, Хизбуллина Радмила Радиковна ПРИМЕНЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ СОЦИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ПОВЫШЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ	570
111.	Фардиева Алия Шамилевна РЕПРЕЗЕНТАЦИИ РЕПРОДУКТИВНОГО ПРИНУЖДЕНИЯ В РЕГИОНАЛЬНЫХ МАСС МЕДИА: АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ДИСКУРСОВ	574
112.	Юсупова Венера Шаукатовна КАДРОВЫЕ РЕСУРСЫ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ МОНОПРОМЫШЛЕННОГО ГОРОДА: ПО МАТЕРИАЛАМ ИССЛЕДОВАНИЯ	579
113.	Eryigitova Lobar Kadirovna AGING PHENOMENON: CHANGES IN VALUES	584

СЕКЦИЯ «ЦИФРОВАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ И МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ»

К ВОПРОСУ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ

**Бадретдинова Гузель Ришатовна,
Валитова Ника Эдуардовна,
Нургалиева Розалия Ильшатовна**

Уфимский государственный нефтяной технический университет, Уфа, Россия

Аннотация. Статья посвящена актуальному вопросу – развитию молодого поколения в современных реалиях. Сегодня молодежь как в России, так и во всем мире сталкивается с рядом вызовов и проблем. Однако, она также обладает возможностями и перспективами. Так, среди возможностей, которые способствуют развитию молодежи, авторы выделяют большое количество образовательных программ, цифровизацию, современные технологии среди которых наличие различных онлайн-платформ, социальных сетей и др. Также в работе представлены вызовы, с которыми сегодня сталкивается молодежь, а именно экономическая нестабильность, цифровое неравенство, культурные разногласия, кибербуллинг и другие. Особое внимание уделено необходимости грамотного подхода к воспитанию современного молодого поколения. Кроме того, авторы выделяют ключевые тренды, определяющие поведение молодежи, а именно технологическая осведомленность, цифровая экономика, экологическая осознанность, культурный плюрализм и другие.

Ключевые слова: молодежь, тенденции, социальные сети, тренды, воспитание.

Молодое поколение является активной и динамичной частью общества, которая обладает своими ценностями, нормами и стереотипами поведения. В последнее время наблюдается изменение тенденций в развитии этой социальной группы, отражающее их попытку адаптироваться к изменяющимся условиям жизни и преодолению существующих вызовов.

Сегодня молодые люди стремятся к успешной карьере, образованию, к тому же заботясь о своей физической и психической форме. Они, с одной стороны, проявляют большой интерес к технологиям и новым медиа-платформам, таким как социальные сети, приложения для мобильных устройств и т.д., а с другой стороны, часть из них на оборот предпочитает проводить свободное время, не обращаясь к медиа-платформам и отдавать предпочтение традиционным видам досуга, таким как чтение, спорт или туризм. Современные тенденции развития молодежи крайне разнообразны и зависят как от индивидуальных предпочтений, так и целей каждого молодого человека.

Молодежь в современной России формирует свой характер и культуру. Молодое поколение предъявляет новые требования к своей жизни и окружающей среде и в том числе наличие возможности влиять на политическую и экономическую жизнь страны [1, 6, 7].

Нынешняя молодежь имеет сегодня множество возможностей для своего развития и достижения поставленных целей. Во-первых, они имеют доступ к широкому спектру образовательных программ, включая высшее образование, различные курсы и тренинги, что позволяет им быть готовыми к жесткой конкурентной борьбе на рынке труда и постоянно совершенствовать свои навыки в различных областях.

Во-вторых, современная молодежь может использовать новые технологии для своего развития, такие как онлайн-обучение и различные приложения, которые позволяют им взаимодействовать с людьми всего мира и получать доступ к знаниям и опыту в реальном времени. Кроме того, как свидетельствуют различные данные, они уделяют достаточно много времени социальным сетям, играют в онлайн-игры, общаются через различные мессенджеры, получают информацию через различные онлайн-источники. Используя смартфоны и другие

устройства молодежь включается в масштабную глобальную сеть общения, которая позволяет им поделиться своими мыслями, идеями и взглядами на мир.

Отдельного внимания заслуживают социальные сети, которые как нам кажется, являются одним из ключевых инструментов самореализации молодежи в современном мире. Социальные сети - огромная платформа общения, позволяющая свободно обмениваться информацией, фотографиями, видео и другими материалами. Социальные сети предоставляют молодежи безграничные возможности для общения, знакомства с новыми людьми, обмена мнениями и идеями, создания собственных сообществ. Кроме того, социальные сети также являются важным инструментом для успеха в карьере и самопрезентации. С помощью социальных сетей, они участвуют в различных общественных движениях, получают новости из первых рук и выражают свое мнение о политических и иных событиях.

В-третьих, молодежь может с успехом осуществлять свои проекты и создавать свой бизнес благодаря растущей поддержке стартапов, а также наращивать свои профессиональные связи и расширять социальную сеть через социальные медиа и другие онлайн-платформы.

В целом, современная молодежь имеет благоприятные возможности для своего развития и достижения успеха в различных областях, при условии, что они готовы к саморазвитию и готовы принимать активное участие при помощи всех доступных ресурсов и инструментов.

При этом, важно понимать, что подобное разнообразие возможностей несомненно предполагает как положительные, так и отрицательные аспекты. Так, с одной стороны, молодежь имеет возможность проявлять свой талант и креативность через участие в различных инициативах, таких как благотворительность, стартапы, фотография, музыка, танцы, и т. д. Молодые люди могут принимать участие в общественных мероприятиях и создавать свои сообщества в социальных медиа, где они могут обмениваться своими взглядами и идеями со всем миром. С другой стороны, молодежь сталкивается с различными вызовами, такими как: экономическая неопределенность, бедность, цифровое неравенство, культурные разногласия, насилие, дискриминация и др. Также, не менее злободневными негативными последствиями цифрового мира являются кибербуллинг, злоупотребление информацией, фильтры искажений реальности и зависимость от социальных медиа.

Таким образом, молодежь в современном мире сталкивается с различными вызовами и проблемами. В этой ситуации молодому поколению необходимы расстановка приоритетов и правильные ориентиры, которые станут в дальнейшем ключевыми факторами их последующего успешного развития. К тому же они должны основываться на образовании, здоровье, уважении к другим людям и окружающей среде. Молодежь должна быть осведомлена о тех возможностях, которые могут быть доступны, включая доступ к информации и технологиям. При этом следует иметь в виду, что молодежь может и должна играть активную роль в общественной жизни и принимать участие в процессах принятия решений, определяющих их будущее [4, 5]. Как свидетельствуют события последних лет, молодежь становится более активной, принимая участие в различного рода протестных акциях. Примером может служить всплеск активности молодежи на выборах в 2018 году, когда больше половины всех голосов пришлось на молодых людей.

К тому же важно упомянуть еще одно обстоятельство характеризующее развитие современной молодежи – воспитание.

Воспитание современной молодежи является, несомненно, важным фактором успешного развития общества в целом. Молодежь сталкивается с различными вызовами и проблемами, такими как изменение социальных норм, неравенство, насилие, злоупотребление виртуализацией всех сфер жизни и т.д.

В связи с выше сказанным, воспитание молодежи, на наш взгляд, должно основываться на следующих принципах:

– уважение: воспитание должно способствовать формированию у молодежи уважения к другим людям, культурной и этнической разнообразности, а также к окружающей среде.

– образование: молодежь должна получить образование, которое позволит им развиваться как личности, а также способствовать их будущей профессиональной карьере.

– здоровый образ жизни: молодежь должна быть ознакомлена со здоровым образом жизни, включая правильное питание, физическую активность и отказ от вредных привычек.

– гражданская ответственность: воспитание должно способствовать развитию гражданской ответственности и активности, которое может помочь молодежи играть важную роль в общественной жизни и в процессах принятия решений.

– технологические навыки: в современном мире молодежь должна быть ознакомлена с технологиями и использованием информационных ресурсов для личного и профессионального развития.

В целом, воспитание молодежи должно быть всесторонним, ориентированным на развитие молодых людей как личностей и на их будущее участие в общественной жизни.

Современная молодежь охвачена различными трендами, которые определяют их поведение, интересы и предпочтения. Молодежь все чаще отказывается от традиционных ценностей, таких как семья, духовность, и более высоко ценит свободу, индивидуальность и самореализацию [8].

Среди современных трендов можно выделить несколько наиболее значимых.

– технологическая осведомленность: молодежь активно использует современные технологии и онлайн-ресурсы. Они обычно предпочитают получать информацию и общаться через интернет, социальные сети, мессенджеры и другие электронные средства связи.

– цифровая экономика: молодежь также активно участвует в цифровой экономике. Им интересны новые способы заработка денег, такие как криптовалюты, блокчейн, краудфандинг и другие виды онлайн-бизнеса.

– экологическое сознание: молодежь все больше осознает значение экологических проблем и стремится жить более экологичным образом. Они проявляют интерес к экологически чистым технологиям, устойчивому развитию и переработке отходов [3].

– гендерная толерантность: современная молодежь проявляет большую толерантность и понимание к людям с разными гендерными идентичностями. Они стараются создавать гармоничное равноправие и уважение к людям.

– культурный плюрализм: современная молодежь открыта к другим культурам и стремится узнать о них больше. Они проявляют интерес к музыке, фильмам, еде, моде и другим культурным явлениям, которые приходят из других стран и регионов.

В целом, современная молодежь проявляет большую открытость, толерантность и уважение к окружающей среде, что позволяет им успешно адаптироваться к новым реалиям и вызовам в современном мире.

Социальная реальность современной молодежи определяется различными факторами, которые влияют на их жизнь и поведение.

Среди них можно выделить следующие:

– неравенство: молодежь сталкивается с различными формами социального неравенства, такими как низкий уровень доходов, доступ к образованию, здравоохранению и другим ресурсам.

– безработица: молодежь во многих странах сталкивается с высоким уровнем безработицы, что затрудняет начало карьеры и их социальную адаптацию.

– мультикультурность: современная молодежь живет в мире, где мультикультурность является реальностью. Молодежь сталкивается с языковыми, культурными и религиозными различиями, что требует от них понимания и уважения к другим культурам и традициям [2].

– информационные технологии: молодежь активно использует информационные технологии и социальные сети для общения, получения информации, развлечения и работы.

– насилие: молодежь сталкивается с различными формами насилия, включая физическое, психологическое и социальное насилие, а также насилие в семье и школе. Из этого следует, что социальная реальность современной молодежи представляет собой сложную ситуа-

цию, с которой они должны справляться. Но в то же время, это создает возможности для развития и роста в качестве личности и активного участника общества.

Современная молодежь в большей степени, чем когда-либо ранее, обладает возможностью самостоятельно выбирать свой жизненный путь и развиваться в соответствии со своими интересами и потребностями.

Возможности выбора включают в себя:

– образование: молодежь может выбирать место и форму обучения, которая наилучшим образом соответствует их интересам и предпочтениям.

– профессиональная карьера: молодежь может выбирать профессиональную сферу, которая наилучшим образом соответствует их талантам и интересам, а также рабочее место, где они могут реализовать свой потенциал.

– жизненные ценности: молодежь может самостоятельно определять свои ценности и убеждения, определяющие их отношение к жизни и обществу.

– образ жизни: молодежь может выбирать свой образ жизни, включая семейные отношения, увлечения и способ проведения досуга.

– место жительства: молодежь может выбирать место жительства, соответствующее своим интересам и потребностям. Однако, возможность выбора не всегда легко реализуется. Многие молодые люди сталкиваются с различными ограничениями, такими как недостаток ресурсов и информации, социальное и семейное давление, а также различные формы дискриминации. Важно, чтобы молодежь имела доступ к информации и ресурсам, позволяющим принимать самостоятельные решения, и чтобы общество создавало условия для свободного и равноправного выбора развития личности каждого молодого человека.

Таким образом, тенденции развития молодежи крайне разнообразны и зависят от индивидуальных предпочтений и целей каждого молодого человека. Жизненные условия для молодежи должны способствовать их развитию и благополучию. Для этого необходимы соответствующие государственные и общественные усилия, направленные на создание равных возможностей и условий для всех молодых людей. Современная молодежь России становится все более активной, динамичной и требовательной. Молодежное движение начинает проявлять больший интерес к политической жизни и общественным проблемам, а также меняет свои интересы и предпочтения. Рост интереса к саморазвитию и образованию также является яркой тенденцией. В целом, эти изменения в молодежной культуре могут привести к возникновению новых вызовов и возможностей для современного общества.

Литература

1. Газизов М.А. Связи с общественностью местной власти: современные тенденции и проблемы развития: на примере Республики Башкортостан: дис. ... канд. полит. наук. – Уфа, 2010. – 163 с.
2. Гареев Э.С., Костылева Е.Г., Грогуленко Н.В., Валитова Н.Э. Оценка межнациональных проблем в Республике Башкортостан / Межэтнические столкновения в политкультурной студенческой среде и пути их разрешения: сборник трудов конференции посвященной 71-й годовщине победы в Великой Отечественной войне, 2016. – С. 103–108.
3. Гареев Э.С., Валитова Н.Э., Галиев Г.Т., Гимаев Г.З., Патрушев В.И. Человек и общество: проблемы социальной технологии. – Уфа: Белая река, 2017. – 127 с.
4. Гареев Э.С., Костылева Е.Г. Отношение студенчества к политической оппозиции в современном российском обществе / Государство будущего: актуальные проблемы социально-экономического и политико-правового развития: сборник статей по материалам III Международной научно-практической конференции, 2016. – С. 129–132.
5. Грогуленко Н.В., Костылева Е.Г. Особенности формирования гражданской идентичности и патриотизма у учащейся молодежи / Межэтнические столкновения в политкультурной студенческой среде и пути их разрешения: сборник трудов конференции посвященной 71-й годовщине победы в Великой Отечественной войне, 2016. – С. 61–65.

6. *Дорожкин Ю.Н., Гареев Э.С., Козлова Ю.Б., Костылева Е.Г., Сулейманова Л.Ш.* Теория и практика связей с общественностью. – Уфа: Уфимский государственный нефтяной технический университет, 2009. – 115 с.
7. *Кадырова Г.Ф., Гиндуллин Н.Ф., Даллакян Г.Р.* Производственный конфликт как неотъемлемая составляющая современного общества // Евразийский юридический журнал. – 2015. – № 10 (89). – С. 278–280.
8. *Якупова Г.А., Валитова Н.Э., Габдрахманова Л.Н.* Факторы, определяющие качественное функционирование и развитие сельской молодой семьи в России // Вестник экономики и менеджмента. – 2018. – № 4. – С. 47–54.

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ И МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕДИАПРОЦЕССОВ

**Баканов Роман Петрович,
Егорова Лилия Георгиевна,
Туманов Дмитрий Валерьевич**

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Практика функционирования современных масс-медиа быстро изменяется. Жизнь человека зависит от медийной «повестки дня», которая должна объективно ориентировать его в условиях современной реальности, произошли значительные изменения в подаче информации и приемах привлечения и удержания внимания аудитории что вызвало трансформацию профессиональной деятельности журналиста. Изменилась и аудитория СМИ: она стала избирательной, активной в поиске информации по интересующим ее проблемам. В этих условиях медиакомпетенции постепенно становятся частью общей культуры специалиста в любой области профессиональной деятельности и органично вписываются в нее. Формирование медиакомпетенций и повышение медиаграмотности должно происходить в рамках грамотно и профессионально организованного процесса медиаобразования. Анализ кейса организации медиаобразования в рамках Высшей школы журналистики КФУ показал, что такая работа должна осуществляться с учетом современных тенденций цифровизации и на базе хорошо разработанной учебно-методической базы.

Ключевые слова: массмедиа, медиаобразование, медиакомпетентность, медиапроцессы, социология журналистики, аудитория, цифровизация, медиапроектирование.

Сравнительно недавно общим местом в анализе СМИ было положение о том, что они есть отражение нашего мира, рефлексивный взгляд общества на само себя. Современный взгляд на них – совершенно противоположен: процессы виртуализации, глобализации, кардинальных преобразований медиасреды способствовали превращению средств массовой информации в самостоятельную реальность. Современные медиа подвергаются трансформации с профессиональной точки зрения: они уже не отражают реальные события, а производят их. «Делатель новостей» – newsmaker – создает виртуальный мир, в котором медиа-событие обретает гораздо большую достоверность, чем реально свершающееся действие. Потребитель медиа-продукции больше доверяет средствам массовой информации, чем своим ощущениям.

В современных условиях нарастающего информационного противостояния (сначала пандемия, потом конфронтация с западным миром) российская медиасреда сильно изменилась. Однако люди все еще продолжают обращаться к журналистам за пояснениями и помощью в сложных ситуациях.

В условиях дестабилизации мира аудитория становится заинтересованной в получении «рецептов» дальнейшего своего поведения и интересуется, прежде всего, поливариантностью развития событий.

Конструируя собственное информационное пространство, современная аудитория обращается прежде всего в новом медиа. При этом пользователь интернета подбирает информацию по своему вкусу, редактируя ее, задавая параметры новостей, достойных его внимания в предназначенной ему новостной подборке, комментируя чужую или загружая в интернет-пространство собственную новость. При этом, мир, конструируемый им по собственным параметрам, как бы «пересобирается» заново из кусочков новостной мозаики, но при этом он воспринимается актором как особое игровое пространство, в котором он занимает ключевую позицию игрока. Как писал Г. Дебор, «реальность, рассматриваемая *по частям*, является к нам уже в качестве собственной целостности, в виде особого, *самостоятельного* псевдомира, доступного лишь созерцанию» [1, с. 3].

Современные масс-медиа позволяют «читателю» реализовать себя как элемент бытия, а не просто потребителя информации. Конвергентная медиа-сфера реализует его потребность в сотворении мира-текста через комментаторские блоги, в которых предьявленная в сообщении действительность порой интерпретируется до полной инверсии: он не потребляет информацию, он даже не ведет с ней диалог, – он созидает новую гиперреальность. Кроме того, наряду с профессиональной журналистикой информационное поле заполняют тексты, которые создают непрофессионалы, – например, очевидцы событий, блогеры. Не обладая специальными знаниями, они создают контент, трансформирующие восприятие информации рядовым потребителем. И тогда «читатель» выступает со-творцом материала, интерпретируя его и дополняя собственным смысловым рядом.

Такие потребители/творцы начинают считать себя профессионалами, причем некоторые действительно являются таковыми в ограниченных своими компетенциями сферах (например, компьютерные дизайнеры, фотографы, IT-специалисты и т. д.). Но все эти знания не дают им права называться журналистами. Часть из них, сотрудничая со СМИ, начинают чувствовать пробелы в медиаобразовании и недостаток журналистских знаний и, рано или поздно, обращаются в специализированные образовательные организации. Между тем предложения за несколько уроков на специальных курсах сотворить из любого желающего журналиста привело к росту коммерциализации самодеятельных школ начинающих журналистов, в которых, зачастую, подвизаются псевдопреподаватели, сами чрезвычайно далекие от журналистики.

В этой связи нам представляется важным и актуальным развитие медийного образования каждого человека, являющегося ежедневным потребителем поступающей к нему посредством разных медиаканалов информации. С одной стороны, медиаобразование нацелено на повышение медиаграмотности развитие потребителей информация и может проявляться, например, в виде действий по формированию критического мышления аудитории и содействия понимания ею законов и приемов создания медиатекстов. С другой стороны, оно важно и для создателей таких медиатекстов, поскольку способствует формированию у них широкого спектра медиакомпетенций, в том числе и умению применять на практике приемы эффективного воздействия на читателя или зрителя, с учетом ответственного отношения, связанного с осознанием мощи влияния СМИ на сознание потребителей. Думается, что процесс медиаобразования может помочь в достижении взаимного диалога между создателем медиатекста и его потребителем, восстановлению доверия между ними, утраченного в последние годы. Мы полагаем, что в настоящее время, когда трансформируется привычка людей потреблять медийную информацию, ежедневно увеличивается поток не всегда проверенных данных, а от человека требуется быстрота реакции на воздействующие на его сознание сведения, потребителей и создателей медийных текстов необходимо учить пониманию процессов функционирования масс-медиа в обществе.

На наш взгляд, медиакомпетенции постепенно становятся частью общей культуры специалиста в любой области профессиональной деятельности и органично вписываются в нее, поскольку современные медиапроцессы предполагают соответствующе подготовленного актора (потребителя/творца), компетенции которого соразмерны изменяющимся реалиям мира, в котором активно развиваются процессы цифровизации и постоянно изменяются техноло-

гии функционирования новых медиа. Сегодня специалисты в области медиа обосновывают необходимость создания институций, ответственных за формирование таких компетенций. В частности, речь может идти о внедрении на всех уровнях обучения соответствующих дисциплин в рамках практической реализации медиаобразования. Если, следуя за А.В. Федоровым, принять, что «медиаобразование в современном мире рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники» [2, с. 11], становится убедительно ясным понимание в первостепенной важности внедрения соответствующих новаций и разработки методического обеспечения реализации способов формирования медиаграмотности в современном образовательном процессе.

Проблема развития медиаобразования видится нам еще более в широком контексте современных реалий. По мнению Н. Лумана, массмедиа априори не в состоянии решить основную задачу – «селективно мотивировать социально релевантное поведение индивидов» [3]. Их воздействие «не заходит так далеко, чтобы производить массовые, гомогенные, типовые представления. Даже обволакивая информацией, эти массмедиа не уменьшают, а увеличивают степени свободы, с которой индивид имеет возможность реагировать на зачастую противоположные коммуникационные предложения» [4, с. 154]. В сложном – современном глобализирующемся – обществе усиливается дифференциация медийных областей, каждая из которых функционирует в соответствии с собственными смысловыми коммуникационными кодами. Интенсификация коммуникаций и усиление мощи массмедиа при растущей системной дифференциации приводят к тому, что они не могут справиться с ростом сложности общественных коммуникаций, и, в конечном счете, дезинтегрируют общество, неся неопределенность и непредсказуемость. Из-за «перегрузки мотивационных систем» у индивидов возникает кризис мотивации. А общество теряет символический контроль над негативными потенциалами – «прежде всего вследствие рефлексивности направляемых коммуникационными медиа процессов, их обращенности на себя. Сфера медиа создает самодостаточную реальность, из которой затруднен выход в иную реальность» [4, с. 170]. В этих условиях возникает необходимость страховки от рисков, связанной со стабилизацией поведенческих ожиданий. На наш взгляд, развитие медиаобразования как раз и является попыткой глобального сообщества решить эту проблему.

Самое важное назначение медиа образования, на наш взгляд, связано, с решением проблемы дать аудитории ориентиры и критерии для самостоятельного анализа практики массмедиа с целью, во-первых, минимизации рисков пагубного воздействия на каждого человека (особенно несовершеннолетнего) негативной информации. Во-вторых, информирования человека о принципах и правилах организации функционирования современных СМИ, в том числе и о постоянно используемых манипулятивных приемах. Именно поэтому, на наш взгляд, классически задача медиаобразования предполагает единство трех составляющих:

– повышение медиакомпетентности личности (владения техническими приемами пользования современными СМИ и техникой безопасности, знания и умения распознавать технологии идеологической пропаганды и манипуляции сознанием, выработка у потребителя/творца независимости суждений по отношению к медиатекстам, способность иметь, формулировать и транслировать собственную точку зрения, умения создавать информационный продукт и прочее);

– понимание значения собственной коммуникационной деятельности как создателя, транслятора, интерпретатора информации, осознания социальной ответственности и формирование гражданской позиции;

– личностного развития субъекта коммуникации (критического мышления, медийной грамотности, чувства вкуса, эрудиции, творческого и культурного потенциала, повышение технико-технологического уровня знаний в информационной сфере и т. д.).

В этой связи представляется интересным рассмотреть кейс, связанный с реализацией задач медиаобразования в рамках использования проектных форм обучения в Высшей школе журналистики КФУ.

Начинающие журналисты во время обучения в КФУ осваивают дисциплины, направленные на формирование у них серьезного багажа знаний гуманитарного характера. Кроме того, значительное место в учебном плане отводится практической подготовке молодых авторов, которым необходимо осваивать, например, жанровое многообразие журналистики, слагаемые формирования публицистического образа героя и т.д., воспитывая в себе и тренируя такие базовые профессиональные навыки как оперативность, объективность, умение общаться с людьми, наблюдательность, критическое мышление. Важную роль играет регулярность творческой деятельности каждого студента, последовательное освоение каждым из них информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров, способность подготовить и создать медиатексты, отвечающие запросам потенциальных работодателей и ожиданиям широкой аудитории. Однако увлечение обучающихся online-технологиями все чаще приводит к их вольному отношению к базовым принципам работы журналиста: постепенная утрата навыков проверки информации, снижение социальной значимости распространяемых сведений, манипулирование фактами, редкое наличие в текстах социальных проблем, переключение внимания авторов медиатекстов и аудитории на частные случаи и другие риски.

В этой связи оказывается важным найти соответствующие формы и форматы работы современных медиа, которые позволили бы, с одной стороны, журналистам удерживать внимание аудитории (а студентам научиться разрабатывать контент и использовать такие формы и форматы), а с другой стороны, журналистам оставаться в рамках своей профессии, не снижая качество своей работы.

На наш взгляд, если редакции региональных СМИ хотят успешно конкурировать с социальными сетями и мессенджерами за внимание и вовлечение аудитории (сделать это будет непросто, так как она все больше выбирает нетрадиционные каналы получения информации [12]), то им необходимо создавать новые формы и форматы эффективной подачи событий. Одной из них может стать широкое внедрение в повседневную практику функционирования СМИ тематических цифровых спецпроектов с использованием разных форматов. Но они должны отвечать запросам и интересам современной аудитории, сочетая текстовые, аудиальные и визуальные формы представления информации.

В этой связи можно согласиться с А.А. Градюшко, считающим, что «лояльную аудиторию можно монетизировать, а просто так отдавать контент другим площадкам – социальным сетям или рекомендательным сервисам – ошибочная стратегия для СМИ. Это не отменяет необходимости работы на других площадках, но в плане монетизации сайт был и остается основным каналом» [5, с. 10]. Кроме того, «аудитория хочет увлекательно рассказанных историй, даже если это длинные тексты», – считает медиаэксперт М.Н. Корнев [6, с. 24].

Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций КФУ, делая акцент на развитие мультимедийной составляющей подготовки журналиста, в рамках дисциплины «Прикладное медиапроектирование» комплексно формирует целый ряд медиакомпетенций, связанных с решением выделенных выше задач медиаобразования. В рамках дисциплины творческая группа студентов создает свой медиапроект, который в содержательном плане оценивается с точки зрения используемого авторами фактического материала (на предмет его соответствия тематике, оригинальности, достоверности, эксклюзивности, выразительности, полноты и т.д.), в структурном плане – с точки зрения того, насколько структура каждого медиапроекта направлена, во-первых, на «разворот» освещаемой темы, проблемы или масштаба определенной личности; во-вторых, легко или сложно будет потенциальной аудитории воспринимать содержащуюся информацию, и какие текстовые или визуальные психологические «якоря» для удержания внимания использовались; в-третьих, разнообразие, оригинальность и уместность использования того или иного мультимедийного формата подачи

информации. Коммуникативными задачами проекта, которые связаны с формированием соответствующих компетенций, являются:

- расширение возможностей студентов в плане их профессионально-творческого общения и установления постоянного взаимодействия с представителями государственных, общественных и специальных организаций;

- формирование, совершенствование и реализация коммуникативных навыков и потенциала студентов в современных медийных реалиях через практическое освоение ими специфики различных редакционных должностей;

- создание и поддержание студентами регулярной обратной связи с различными видами аудитории при выполнении определенных тематических и профессионально-коммуникативных задач в ходе подготовки проекта;

- понимание и осознание возможных сложностей и связанных с профессиональным видом деятельности ошибок, допущенных студентами в ходе подготовки проекта, их обсуждение, анализ и способы устранения/преодоления.

Проектная форма обучения для наших студентов – явление не новое. Например, много лет в рамках дисциплины «Выпуск учебной газеты» они, разделившись на несколько групп («мини-редакций»), на конкурсной основе разрабатывали концепцию и создавали с нуля определенные издания, некоторые из которых впоследствии становились регулярными, формировали постоянный тираж и выходили за рамки университета на городской или региональный информационный рынок. Речь идет не о корпоративной газете «Казанский университет», а, к примеру, о газете «Добрый день!», стартовый капитал на которую студентам удалось собрать не только из своих средств, сколько от продажи площадей под рекламу. Пожалуй, самым успешным студенческим медийным проектом можно считать телекомпанию «Эфир», первые передачи которой состоялись в июне 1991 г. из телецентра Казанского университета, и до середины 1995 г. передачи выходили в эфир именно оттуда. Авторами первых программ, корреспондентами, ведущими и редакторами новостей были студенты факультета журналистики Казанского университета. Эта телекомпания и сейчас успешно работает на медийном рынке Республики Татарстан, у нее есть представительства и соборы в крупных районах. Также можно вспомнить студенческий учебный медийный проект, объединивший в конце 1990-х гг. редакции программы «Лестница» (эфир дважды в месяц по вторникам с 18.45 до 19.00 на казанском телеканале «Вариант») и Интернет-издание «KazanNews» – возможно, первое университетское online-медиа того времени в стране. Проект осуществлялся на средства гранта Фонда Сороса.

Помимо этого, за почти 60-летнюю историю журналистского образования в Казанском университете студенты могли представить курсовую или выпускную квалификационную работу не только в форме научно-исследовательской работы, но и творческой, представляя членам экзаменационной комиссии, анализируя и критически осмысляя собственную практическую деятельность в рамках будущей специальности. Например, все студенты, работавшие на телекомпании «Эфир» в первые годы ее функционирования, защищали творческие дипломы, которые сейчас хранятся в архиве кафедры национальных и глобальных медиа (до середины 2018 г. она называлась кафедрой журналистики). Таким образом, предпосылки к более масштабным творческим медиапроектам в КФУ были созданы заранее.

В качестве эксперимента в 2021 году студентами четвертого курса профиля «Мультимедийная журналистика» в рамках дисциплины «Создание и управление медиапроектами» было подготовлено несколько мультимедийных творческих проектов, посвященных интересным личностям или событиям татарстанской журналистики. 2021-й год был юбилейным – отмечалось 210-летие казанской журналистики. За полтора месяца студентам четвертого курса бакалавриата удалось создать девять медиапроектов как о выдающихся публицистах Татарстана XX века, так и о некоторых знаковых событиях или явлениях местной журналистики. Публицист газеты Волховского фронта «Отвага», Герой Советского Союза Муса Джалиль [7]; первый редактор газеты «Вечерняя Казань» Андрей Гаврилов (при нем подпис-

ной тираж издания составлял около 240 тысяч экземпляров – «Вечерку» читала почти вся миллионная Казань) [8]; Ильфат Абдрахманов – диктор республиканского телевидения, отдавший работе в эфире более тридцати лет [9]; Флорид Агзамов – первый заведующий отделением журналистики и первый декан журфака Казанского университета [10]; Риман Гыйлемханов – основатель в 1990-е гг. и редактор многих печатных СМИ на татарском языке [11] – эти и некоторые другие известные в Республике Татарстан журналисты стали героями студенческих медиапроектов. Два проекта были посвящены истории и легендам известного в Казани дома печати, в котором с середины 1930-х до начала 1970-х гг. находились редакции всех городских и республиканских изданий [12, 13]. Одним из обязательных условий для учащихся было самостоятельность поиска информации, встречи с родными, друзьями, коллегами, выявление оригинальных сведений, а не копирование уже имеющихся в Сети. Кстати, как о многих персоналиях (за исключением Мусы Джалиля) в Интернете имеется очень мало информации. Работая на благо своей аудитории, эти люди вряд ли следили за тем, какой цифровой «след» оставили своей деятельностью. Проекты были выполнены на платформах Tilda (подписная версия) и YouTube.

Каждый из представленных медийных проектов был с интересом встречен аудиторией. В тоже время работа над подготовкой проекта показала, что у студентов по-разному сформированы личностные коммуникативные навыки, имеются пробелы в профессиональных знаниях умениях, у многих студентов выпускного курса слабо развит навык регулярного ознакомления с текущей «повесткой дня» СМИ, а также был сделан вывод о том, что возможно без значительной трансформации прежней, сложившейся десятилетиями, системы подготовки студентов и обновления технико-технологической базы с учетом современных тенденций цифровизации как медиапроцессов, так и процессов обучения студентов, невозможно полноценно решить ряд задач медиаобразования.

Литература

1. *Дебор Г.* Общество спектакля. – М.: Логос, 2000. – 183 с.
2. *Федоров А.В.* Медиаобразование и медиаграмотность. – Таганрог: Кучма, 2004. – 340 с.
3. *Luhmann N.* Die Gesellschaft der Gesellschaft. – Frankfurt, 1997. – 1151 p.
4. *Назарчук А.В.* Учение Никласа Лумана о коммуникации. – М: Весь мир, 2012. – 248 с.
5. *Градюшко А.А.* Основы творческой деятельности веб-журналиста. – Минск: БГУ, 2019. – 220 с.
6. *Корнев М.С.* Альтруизм сильнее эгоизма: неучебное пособие. – М.: Журналист, 2017. – С. 22–26.
7. #ДЖАЛИЛЬ. – URL: <http://musadjalil.tilda.ws/> (дата обращения: 10.08.2021).
8. Он женился на «Вечерке»: Андрей Гаврилов. – URL: <http://project3825969.tilda.ws/> (дата обращения: 10.08.2021).
9. 35 лет на экране. Ильфат Абдрахманов: электронный памятник диктору телевидения. – URL: <http://monumentia.tilda.ws/> (дата обращения: 10.08.2021).
10. Агзамов Флорид. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ZwTgBbYZjao> (дата обращения: 10.08.2021).
11. Риман Гыйлемханов: «Эйтеп кенэ быктым...». – URL: <https://disk.yandex.ru/i/vRsR6X57prtJMg> (дата обращения: 10.08.2021).
12. Дом печати. – URL: <http://project3840809.tilda.ws/> (дата обращения: 10.08.2021).
13. Дом печати. – URL: <http://project3860993.tilda.ws/> (дата обращения: 10.08.2021).

АНАЛИЗ МЕТОДОВ КАРТИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОНЦЕПТОВ

Барышев Алексей Андреевич,
Кашпур Валерия Викторовна

Томский государственный университет, Томск, Россия

Аннотация. В работе рассматриваются методы картирования социальных концептов на материале концепта «благополучие» и выявляются возможности их совершенствования.

Ключевые слова: концептуальное картирование, социальный концепт, благополучие, социальная картография.

Методы картирования социальных концептов приобретают в настоящее время популярность в научных исследованиях и характеризуются растущим разнообразием. Картографические представления изучаемых социальных феноменов являются не только удобным и одновременно интерактивным (позволяющим организовывать коллаборацию ученых из разных дисциплинарных областей) методом анализа, но и инструментом символического доминирования над объектом [1, с. 345].

До недавнего времени картирование социальных концептов производилось эскизным методом (рис. 1) на основе методологии социальной картографии (social cartography) [2].

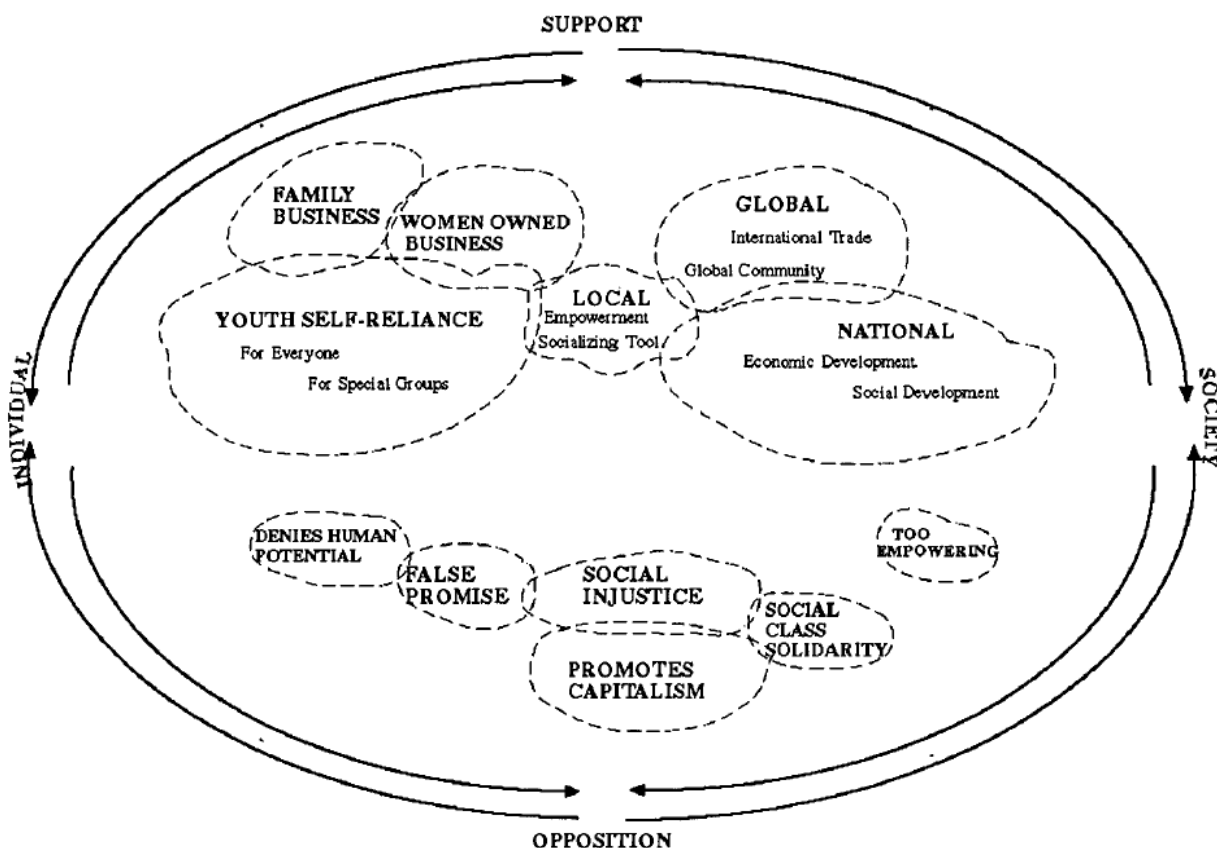


Рис. 1. Пример применения метода социальной картографии [3, с. 5].

Цель данной работы заключается в аналитическом обзоре методов картирования социальных концептов на материале концепта «благополучие» и выявлении возможностей их совершенствования.

В результате были выявлены подходы к картированию социальных концептов: эмпирический (картирование концепта на основе эмпирических данных) и библио-

метрический (картирование концепта на основе библиометрических данных), и определены перспективные направления развития методов картирования социальных концептов.

Картирование концепта благополучия на основе эмпирических данных.

Построение карты концепта производится на основании анализа собственных интерпретаций акторами социальной реальности (в том числе реальности их благополучия), представленных в эмпирических данных, полученных методами интервьюирования, брейнсторминга, сбора данных о мнениях и настроениях людей в социальных сетях в Интернете, а также накопления цифровых следов различных практик, например – клинических (EHRs – Electronic Health Records) [4].

В общем виде техники подобного картирования концептов (concept mapping techniques [5]) обычно предполагают выделение компонентов (факторов) концепта, определение их весов в массивах названных и резюмирующую визуализацию на схемах, 2-D репрезентациях, графах или сетях.

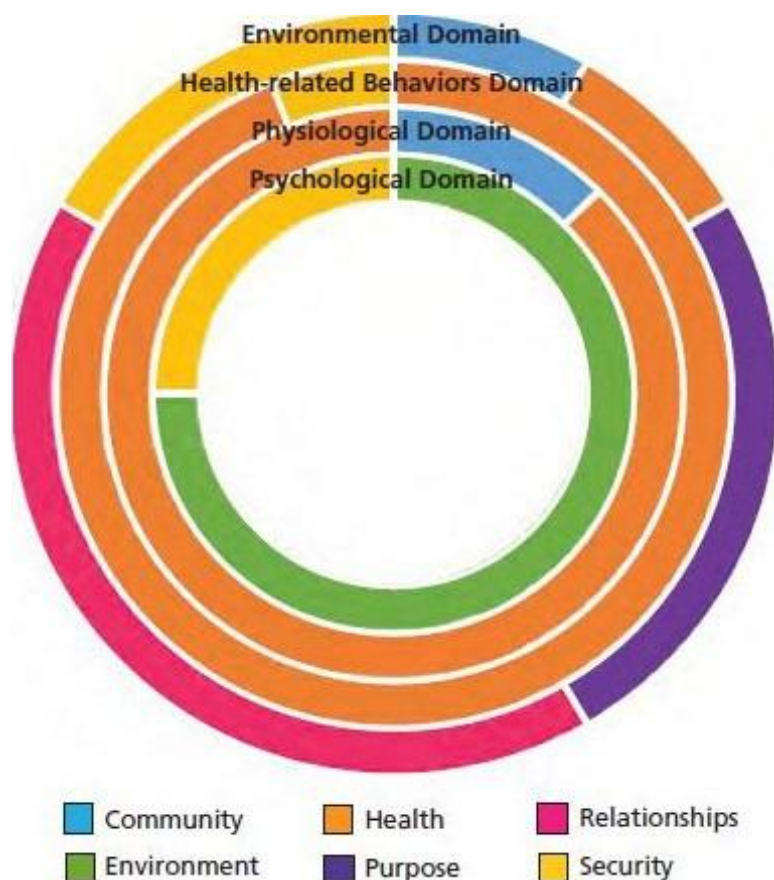


Рис. 2. Шестикомпонентная структурная модель благополучия, включающая функциональные связи с инвайронментальным, психологическим, физиологическим и здоровьесберегающим «доменами» [6, с. 36]

Схемы можем подразделить на: схемы структурно-функционального характера (рис. 2), представляющие модели, в которой показываются функциональные взаимосвязи и взаимоналожения компонентов и вскрывается концептуальная структура более низкого уровня, чем тот, к которому относятся первичные компоненты [7; 8], и «эволюционного» характера, визуализирующие силы, отвечающие за существование и развитие концептов (рис. 3) [9].

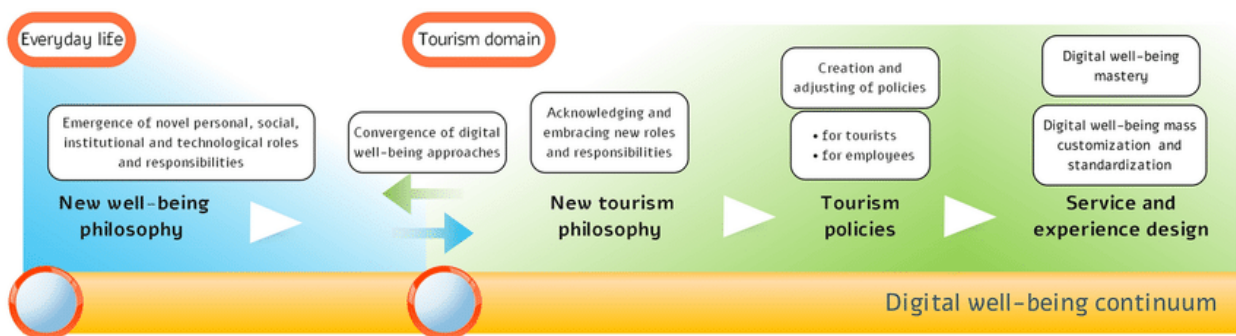


Рис. 3. Картирование концепта «благополучие» по оси «повседневная жизнь – туризм» [9, с. 10]

2-D репрезентации распределения мнений (рис. 4) визуализируют, например, данные брейнсторминга относительно компонентов концепта на основе метода группового концепт-мэппинга (GCM – group concept mapping) [10], предназначенного для исследования того, как люди конструируют и интерпретируют свой социальный мир.

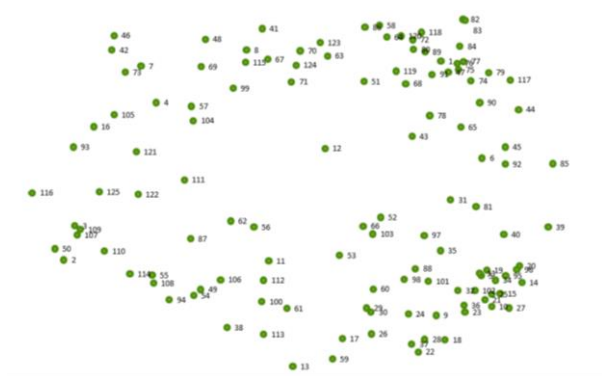


Рис. 4. Точечная карта распределения мнений по результатам мозгового штурма по поводу содержания понятия «благополучие» [10, с. 8]

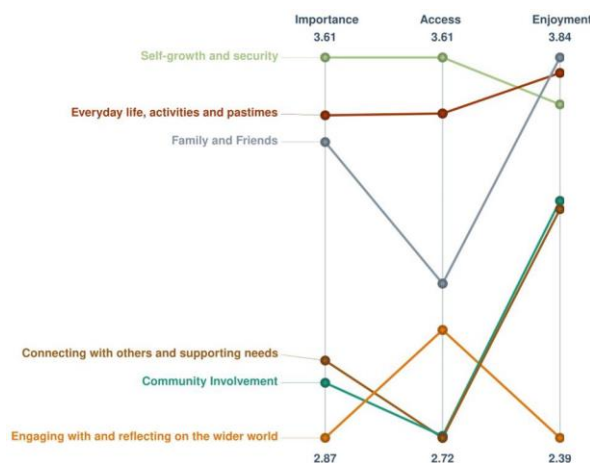


Рис. 5. Взаимосвязь кластеров мнений с факторами значимости, доступности, удовлетворения [10, с. 10]

После построения точечной карты полученное распределение подвергается процедурам кластерного анализа, и результаты анализа визуализируются в виде диаграммы (рис. 5).

Визуализации в виде графов и сетей [11, 12] (рис. 6) представляют результаты анализа близости компонентов изучаемого концепта в их сетевых метриках распределениях (центральности) и сегментации (кластеры) непосредственно или с использованием готовых программ (The GCM software) [10, с. 6].

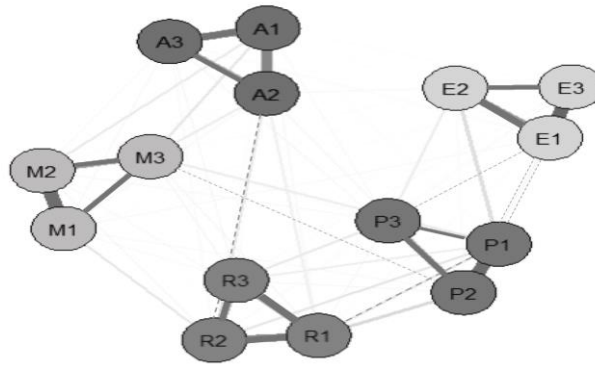


Рис. 6. Сетевая визуализация PERMA (Positive Emotion, Engagement, Relationships, Meaning, and Accomplishment) модели благополучия молодежи [12]

Картирование концепта благополучия на основе библиометрических данных.

Создание концептуальных карт на основе библиометрического анализа литературы об исследованиях соответствующего концепта или феномена, предполагающего обработку большого объема данных, извлеченных из баз научного цитирования.

Выделяются два основных способа библиометрического картирования социальных концептов: в виде 1) разработки «схематической карты концепта» как основы для так называемого «картирующего обзора» (mapping review) [13] и 2) сетевого анализа тематических областей с построением «сетевой концептуальной карты (структуры)» поля исследований изучаемого понятия [14].

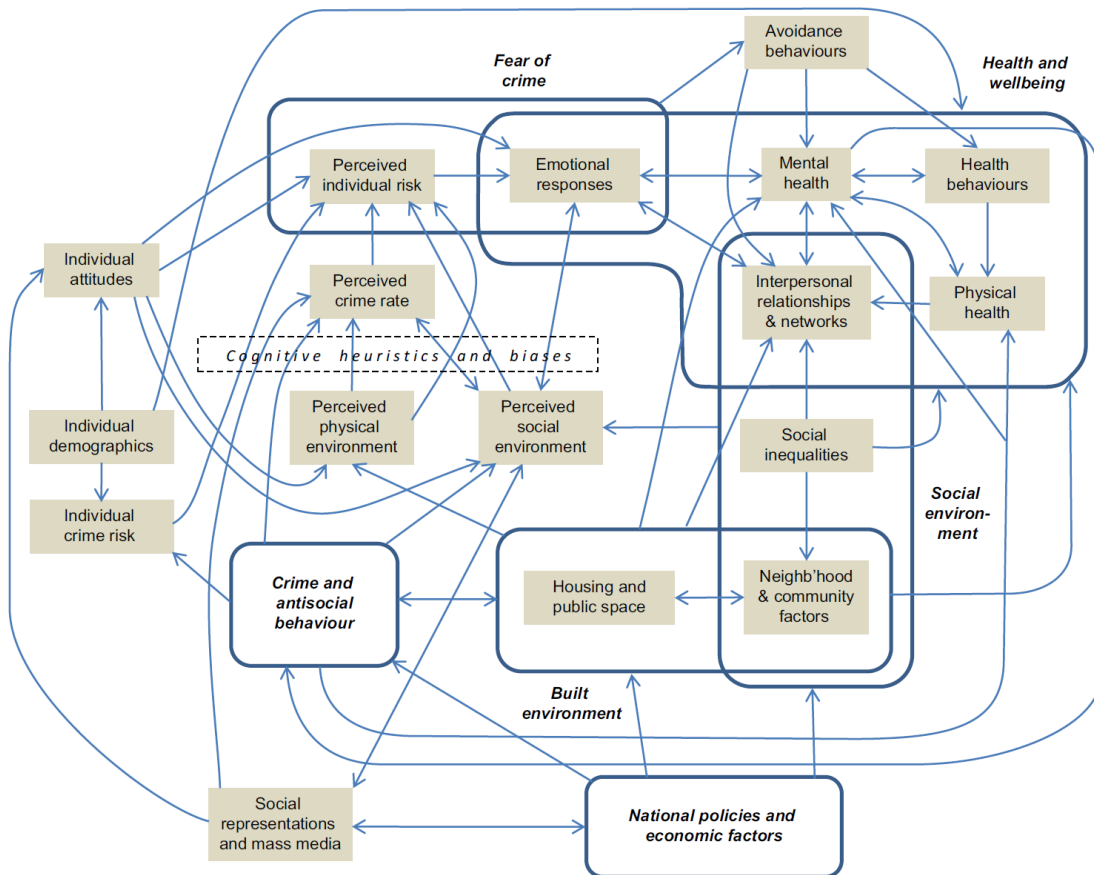


Рис. 7. Схематическая карта концепта благополучия в контексте связей между преступностью, страхом перед ней, окружающей средой, психическим здоровьем [8, с. 758]



Рис. 9. Карта концептуальной структуры концепта «благополучие» медсестёр» [18, с. 5]

Выводы и заключительные замечания.

Сравнение двух основных методов концептуального картирования благополучия позволяет сделать вывод о том, что картирование концептов на основе эмпирических данных имеет большее отношение к исследованию особенностей возникновения и функционирования социальных концептов, чем картирование на основе библиометрических данных. Последний метод с его конвенциональными на данный момент целями визуализации различных структур («социальной» – как географической и организационной структурированности; «интеллектуальной» – как дисциплинарной представленности; концептуальной – как тематической дифференцированности) исследований социального феномена на основе ключевых слов не имеет прямого отношения к картированию его концептуального содержания, хотя терминологически и обозначается часто как «концептуальное картирование», «картирование концепта» и т. п.

Для получения результатов, соответствующих задаче картирования собственно концепта на основе библиометрии, необходимо осуществить два фундаментальных усовершенствования существующей методологии.

Во-первых, заменить лексические единицы, автоматически извлекаемые из блока «ключевые слова» (keywords) в качестве репрезентаций концепта, на единицы из более содержательных блоков «название» (title) и «реферат» (abstract) научных статей с экспертной оценкой на предмет релевантности предмету исследования.

Во-вторых, наложить на полученное изображение – в форме сети взаимосвязей новых лексических единиц, представляющих элементы концепта, – систему координат, чтобы обеспечить соответствие понятия карты тому смыслу, который задан ее исходной метафорой – географической картой.

Пример подобной попытки представлен, например, в статье о картировании интеллектуальной структуры (в несколько далеком от благополучия исследовательском домене предпринимательства) [19]. Однако в отличие от случая географической картографии координатные оси («Knowledge/Specialization» – «Network/Decision») здесь заданы (рис. 10) явно ad hoc «под решение» поставленного исследовательского вопроса, связанного с выявлением «исследовательских трендов».

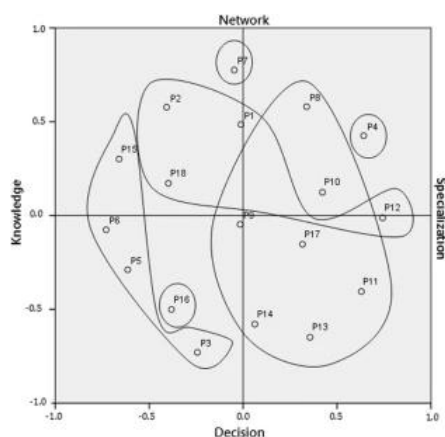


Рис. 10. Помещение сети «интеллектуальной структуры» в систему координат [19, с. 187]

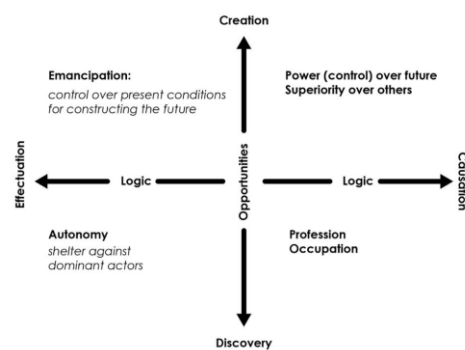


Рис. 11. Координатные оси «современного» дискурса предпринимательства («Creation/Discovery» – «Effectuation/Causation»), соответствующие линиям его напряженности [20, с. 158]

Для того, чтобы карта обеспечивала представление объекта на плоскости в «его собственных» координатных осях, релевантных актуальным свойствам объекта, сами эти оси должны соответствовать линиям напряженности объекта, вдоль которых осуществляется структурирование его элементов. В свою очередь это «осуществленное структурирование» проявляется в наблюдаемых («рассказываемых» в обозреваемой литературе) «актуальных свойствах» (рис. 11). В работе одного из соавторов данной статьи [20] представлено обоснование методологии картирования концепта предпринимательства в собственных линиях его внутренней напряженности, что не исключает ее применимости к другим социальным концептам, в том числе и к благополучию.

Благодарность. Исследование выполнено при поддержке Программы развития ТГУ («Приоритет-2030»).

Литература

1. Латур Б. Наука в действии: следуя за учеными и инженерами внутри общества. – СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2013. – 414 с.
2. Paulston R.G. Social cartography: mapping ways of seeing social and educational change. – New York: Garland, 1996. – 456 p.
3. Erkkila K. Ways of seeing the entrepreneurial education debates in the United States, the United Kingdom and Finland. Paper presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association (Montreal, Quebec, Canada, April 19–23, 1999).
4. Tai-Seale M., Dillon E.C., Yang Y., Nordgren R., Steinberg R.L., Nauenberg T., Lee T.C., Meehan A., Li J., Chan A.S., Frosch D.L. Physicians' well-being linked to in-basket messages generated by algorithms in electronic health records // Health Affairs (Project Hope). – 2019. – Volume 38, Issue 7. – P. 1073–1078.
5. Cañas A.J., Coffey J.W., Carnot M.J., Feltovich P., Hoffman R.R., Feltovich J., Novak J.D. A summary of literature pertaining to the use of concept mapping techniques and technologies for education and performance support // Educ Train. – 2003. – Volume 3. – P. 1–108.
6. Monsen K.A., Peters J., Schlesner S., Vanderboom C.E., Holland D.E. The gap in big data: getting to wellbeing, strengths, and a whole-person perspective // Global advances in health and medicine. – 2015. – Volume 4. – Issue 3. – P. 31–39.

7. *Fernandez A., Black J., Jones M., Wilson L., Salvador-Carulla L., Astell-Burt T., Black D.* Flooding and mental health: a systematic mapping review // *PLoS One*. – 2015. – Volume 10. – Issue 4. – e0119929.
8. *Lorenc T., Clayton S., Neary D., Whitehead M., Petticrew M., Thomson H., Cummins S., Sowden A., Renton A.* Crime, fear of crime, environment, and mental health and wellbeing: mapping review of theories and causal pathways // *Health & Place*. – 2012. – Volume 18. – Issue 4. – P. 757–765.
9. *Stankov U., Gretzel U.* Digital well-being in the tourism domain: mapping new roles and responsibilities // *Information Technology & Tourism*. – 2021. – Volume 23. – Issue 1. – P. 5–17.
10. *Elliott M., Smith S., Pontin D., Wallace C.* Conceptualising social wellbeing using an international Group Concept Mapping study // *International Journal of Wellbeing*. – 2022. – Volume 12. – Issue 3. – P. 1–15.
11. *Blanco I., Contreras A., Chaves C., Lopez-Gomez I., Hervas G., Vazquez C.* Positive interventions in depression change the structure of well-being and psychological symptoms: A network analysis // *The Journal of Positive Psychology*. – 2020. – Volume 15. – Issue 5. – P. 623–628.
12. *Heshmati S., Oravec Z., Brick T.R., Roeser R.W.* Assessing psychological well-being in early adulthood: Empirical evidence for the structure of daily well-being via network analysis // *Applied Developmental Science*. – 2022. – Volume 26. – Issue 2. – P. 207–225.
13. *Grant M.J., Booth A.* A typology of reviews: an analysis of 14 review types // *Health Information & Libraries Journal*. – 2009 – Volume 26. – Issue 2. – P. 91–108.
14. *Hernández-Torrano D., Ibrayeva L., Sparks J., Lim N., Clementi A., Almukhambetova A., Nur-tayev Y., Muratkyzy A.* Mental health and well-being of university students: A bibliometric mapping of the literature // *Frontiers in Psychology* – 2020. – Volume 11. – № 1226.
15. *Барышев А.А., Сербина Г.Н.* Возможности и перспективы систематического анализа исследований социальных феноменов: проблема обеспечения гомогенности значений концептов // *Большие данные и проблемы общества: сборник статей по итогам Международной научной конференции (Киров, 19–20 мая 2022 г.)*. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2022. – С. 20–28.
16. *Gutiérrez O.I., Polo J.D., Zambrano M.J., Molina D.C.* Meta-analysis and scientific mapping of well-being and job performance // *The Spanish Journal of Psychology*. – 2020. – Volume 23. – e43.
17. *Suri A., Jindal L.* Financial literacy for well-being: Scientific mapping and bibliometric analysis // *Citizenship, Social and Economics Education*. – 2022. – Volume 21. – Issue 3. – P. 209–233.
18. *Jarden R. J., Narayanan A., Sandham M., Siegert R.J., Koziol-McLain J.* Bibliometric mapping of intensive care nurses' wellbeing: development and application of the new iAnalysis model // *BMC nursing*. – 2019. – Volume 18. – P. 3–11.
19. *Ferreira J.J.M., Fernandes C.I., Kraus S.* Entrepreneurship research: mapping intellectual structures and research trends // *Rev Manag Sci*. – 2019. – Volume 13. – P. 181–205.
20. *Baryshev A.* The regional spectra for the entrepreneurial motives and the dissemination of entrepreneurs' knowledge in the context of modern discursive formation of entrepreneurship // *Economic and Social Development (Book of Abstracts) – XIV International Conference “Russian Regions in the Focus of Changes” Special Edition*. Varazdin, Croatia: Varazdin Development and Entrepreneurship Agency; Yekaterinburg, Russian Federation: Graduate School of Economics and Management, Ural Federal University, 2019. – P. 154–161.

СОЦИАЛЬНЫЕ АГЕНТЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Бурганова Лариса Агдасовна

Казанский национальный исследовательский технологический университет, Казань, Россия

Мягков Герман Пантелеймонович

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова, Казань, Россия

Юрьева Оксана Владимировна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В статье раскрывается сущность новой коммуникативной системы высшего образования в условиях его цифровизации, основанной на отказе от классической модели субъект–объектных отношений. На методологическом фундаменте теории структуризации Э. Гидденса, его трехуровневой стратификационной модели социального агента обосновывается роль преподавателей и студентов как агентов (субъектов) процесса цифровизации образования, способных трансформировать систему высшего образования в соответствии с целями его стратегии. Представлены результаты социологических исследований, в том числе авторских, посвященных анализу уровня цифровой компетентности преподавателей и студентов.

Ключевые слова: цифровизация образования, социальный агент, Э. Гидденс, «цифровой преподаватель», «цифровой студент», поколение Z.

Одной из интегрированных сред, сложившихся на базе объединения общества и цифровой реальности, является система образования, в том числе его высший уровень. Актуальный и своевременный анализ проблем цифровизации высшего образования важен в силу того, что высшее образование вместе с наукой являются ключевыми институтами, оказывающими определяющее влияние на темпы и глубину процесса информатизации всех сфер общественной жизни, выступая, с одной стороны, средством создания «человеческого капитала», с другой – «растущей отраслью экономики».

Цифровизация достаточно глубоко проникла в университетскую жизнь, настолько, что смогла изменить содержание учебной деятельности, ее организацию и управление. Дискуссии, разворачивающиеся сегодня относительно стратегии перехода университетов к использованию цифровых сервисов и решений, демонстрируют неоднозначную оценку процесса цифровой трансформации высшего образования. До сих пор в осмыслении сущности цифрового поворота в высшем образовании и анализе его результатов преобладает технократический подход, редуцирующий цифровизацию высшего образования к автоматизации и упрощению рутинных функций на базе многокомпонентной технологизации образовательных практик. Целью процесса цифровизации объявляется прежде всего масштабное использование цифровых технологий в учебном процессе – перевод в цифровой формат всех учебно-методических материалов и создание на их основе общедоступных баз знаний, максимальный перенос учебного процесса в глобальную сеть и использование для организации обучения мобильных и облачных технологий, применение массовых открытых образовательных курсов, переход на цифровые процедуры контроля знаний обучающихся, осуществление онлайн-коммуникаций между преподавателями и студентами, а также использование цифровых технологий в управлении университетами [1, 2, 3].

Вместе с тем и в отечественных, и в зарубежных исследованиях, посвященных цифровизации высшего образования, констатируется необходимость учета иных аспектов его трансформации и прежде всего социокультурного, в соответствии с которым цифровизация – это инструмент развития личности, формирования ее способности к аналитическому, критическому, творческому, гибкому мышлению, способности работать в командах. Он акцентирует необходимость научения будущего специалиста навыкам самообучения, самоорганизации, самоконтроля, то есть самостоятельного поиска и анализа необходимой информации, обмена идеями, возникающими в процессе ее изучения, то есть всего того, что позволяет по-

следовательно раскрывать потенциал человека, создавать пространство личностного роста и на этой основе в конечном счете преодолеть кризис технологизации цифрового общества и цифрового образования [4].

Речь идет об изменении парадигмы высшего образования, переоценке сложившейся коммуникативной системы в образовании, отказе от классической модели субъект-объектных отношений, при которой преподавателю вменяются задачи обеспечения студента необходимой информацией, осуществления контроля на всех этапах образовательного процесса. Студент должен превратиться в равноправного участника цифровой коммуникации – как вербальной, так и визуальной, активно участвовать в обмене информацией и ее осмыслении с преподавателями и студентами.

Перефразируя посыл Э. Гидденса о том, что в современном обществе именно социальный агент должен находиться в центре внимания социологии, подчеркнем, что преподаватели и студенты, а также практикуемые ими цифровые коммуникации должны стать объектом анализа процесса цифровизации образования. Заметим, что само понятие «агент» в контексте теории структуризации Э. Гидденса очень точно характеризует специфику тех изменений, которые должны произойти и уже происходят сегодня в системе взаимодействия преподаватель – студент. Ученый обращает внимание на высокий уровень сложности агента действия, который может быть описан только как стратификационная модель, включающая в себя три стратификационных уровня: мотивация действия, рационализация действия, рефлексивный мониторинг действия [5, с. 11]. *Первый уровень действия* – мотивация действия – относится к тем осознанным и неосознанным желаниям, которые побуждают агента к действию в ситуации, когда он сталкивается с необычной для него ситуацией, которая в нашем примере связана с осмыслением агентами потребности овладения цифровыми компетенциями. *Второй уровень действия* – его рационализация, которая обозначает взаимное согласие участников взаимодействия относительно взаимной компетенции друг друга. Так, преподаватели и студенты как агенты цифровизации образования должны знать, что они делают и способны объяснить, чем они занимаются. *Третий уровень действия* – рефлексивный мониторинг действия – он предполагает на нашем примере постоянное и непрерывное отслеживание и преподавателями, и студентами своих собственных действий, действий других людей, а также физических и социальных условий действия. Агенты не только отслеживают собственные действия, но и ожидают подобного же отслеживания от других агентов.

Ценность подхода Гидденса состоит в том, что он позволяет воспринимать преподавателей и студентов в качестве субъектов, которые способны трансформировать систему высшего образования. Именно они – главные агенты цифровизации образовательной системы, а не чиновники, хотя, конечно, это не отрицает связи деятельности агентов с социальными институтами, в которые они интегрированы. Прежде всего от них зависит реализация этой стратегии и ее воспроизводство посредством постоянных действий субъектов и рефлексивного их мониторинга.

С большой долей условности этих новых социальных агентов (субъектов действия) в образовании можно назвать «цифровыми преподавателями» и «цифровыми студентами». Почему условно? Потому, что они – не роботы, а реальные субъекты, отличающиеся от привычного педагога и обычного студента владением цифровыми профессиональными и педагогическими компетенциями, необходимыми для осуществления профессиональных и учебных коммуникаций, развития своих цифровых навыков для организации и осуществления учебного процесса [6].

А какова реальная ситуация с владением цифровыми компетенциями среди и преподавателей и студентов? Превратились ли преподаватели в наставников, совершающих коммуникации со студентами на цифровой основе? Результаты многочисленных исследований социологов, психологов, педагогов, ученых инженерных направлений подготовки как в России, так и за рубежом показывают, что университетские преподаватели пока используют ограниченное количество цифровых технологий, да и те в основном для поддержки своих собственных усилий по планированию учебного материала и его загрузки, обеспечению боль-

шей наглядности читаемых курсов, совершенствованию контроля за процессом обучения и т. д. Практически не используются ими технологии интерактивного обучения, ориентированные на совершенствование коммуникаций со студентами, обеспечения механизма обратной связи, развития их самостоятельной деятельности, творческих способностей. Исследователи заостряют внимание на рисках, связанных с оцифровкой как учебного процесса, так и контроля, осуществляемого вузовской администрацией [7, 8, 9].

«Коронавирусный толчок», хотя и послужил своеобразным триггером перехода образования на дистанционный электронный формат (свыше 4 млн студентов и 235 тыс. преподавателей были переведены в дистанционный режим работы), не привел к революции в использовании цифровых образовательных инструментов университетами. Анализ готовности большого количества российских университетов к работе в цифровой реальности были посвящены два аналитических доклада, инициированных Министерством образования РФ: 1. «Уроки “Стресс-теста”: вузы в условиях пандемии и после нее» (2020) [10]; 2. «Высшее образование: уроки пандемии. Оперативные и стратегические меры по развитию системы» (2020) [11], основанные на оценке действий вузов и регулятора для налаживания работы системы образования в условиях пандемии, а также на результатах масштабных социологических исследований, в том числе массовых опросах студентов и преподавателей российских вузов, интервью с ректорами российских университетов и других источниках. Несколько месяцев дистанционной работы университетов выявили в их деятельности следующие проблемные зоны: 1) неготовность преподавателей использовать инновационные образовательные технологии (больше 60 % преподавателей редко или никогда не проводили лекции и занятия в электронном формате или в формате вебинаров); 2) преподавателям недостает знаний по цифровой дидактике и методике, им не хватает практики по включению онлайн-форматов и инструментов в образовательные курсы и программы; 3) преподаватели не владеют или владеют в недостаточной степени инфокоммуникационными технологиями для реализации курсов и программ с использованием актуальных электронных сервисов и инструментов, что не мотивирует педагогов к их использованию (88,2 % из них скептически относятся к дистанционному формату обучения, 42,7 % считают, что он приведет к ухудшению качества преподавания, 67 % преподавателей не согласны с тем, что через год большинство занятий будет проходить в онлайн-формате). Во втором докладе «Высшее образование: уроки пандемии» отмечается, что вследствие оказанной вузами поддержки по адаптации ППС большинство преподавателей (98,2 %) все же смогли перейти в формат электронной работы без детализации имеющихся в их распоряжении цифровых ресурсов, которыми они стали пользоваться на регулярной основе [11, с. 6–8].

Социологические исследования проблем цифровизации университетского образования, проведенные в различных регионах России, в том числе и в Республике Татарстан, подтверждают вывод о том, что региональная система высшего образования оказалась не подготовленной к резкому переходу от стандартного формата обучения к дистанционному по многим причинам: технико-технологическим, организационным, социокультурным (уровень компетентности преподавателей) [12]. Исследователи обращают внимание на важность учета не только и не столько технико-технологических аспектов проблемы, сколько психологических факторов, а именно негативных установок и преподавателей, и студентов в отношении использования ИКТ. Социологические исследования показывают, что преподаватели не воспринимают цифровой формат образования в качестве альтернативы классическому обучению [13, с. 59].

Следует констатировать, что гораздо менее отрефлексирована в науке пока ситуация с уровнем цифровой компетентности так называемого «цифрового студента». Подчеркнем, что у студентов в целом имеется большое преимущество перед преподавателями по уровню владения цифровыми технологиями, поскольку они относятся к так называемому поколению Z, социализация которого с самого рождения происходит в цифровой среде. Поэтому более правильным, на наш взгляд, называть данного социального субъекта не «цифровым студентом», а студентом «поколения Z», социализация которого, согласно известной теории амери-

канских исследователей – историка Уильяма Штрауса и экономиста и демографа Нила Хау [14], пришлась на период бурного развития цифровых технологий и их активного внедрения в быденную жизнь, в систему образования, в профессиональную деятельность. Речь идет о группе людей, рожденных в период, охватывающий конец прошлого века и первое десятилетие нынешнего столетия (конец 1990-х – 2010-е гг.). К этому поколению «приклеилось» также понятие «цифровые аборигены» (digital natives), поскольку оно состоит из детей и молодежи, чуть ли не с пеленок осваивавших различные гаджеты – смартфоны, портативные игровые приставки, электронные игрушки, умные часы, шагомеры и пр. Разумеется, трудно конкретизировать годы рождений, поскольку они зависят от уровня цифровизации страны или региона, можно говорить лишь о неких средних значениях, в рамках которых можно описать основные особенности культуры данной генерации, уровень ее цифровой социализации, отличающие ее от предшествующих поколений.

Может у «цифровых аборигенов» ситуация получше с использованием цифровых инструментов в образовании? Увы, нет. Результаты исследований «цифрового поведения» студентов, проведенных в зарубежных странах еще за несколько лет до пандемии, выявили отсутствие прямой связи между уровнем владения ими цифровыми технологиями и их использованием в процессе обучения [15]. По результатам отчета британской организации цифрового образования Jisc (2017), основанного на опросе более 22000 студентов из 74 британских и 10 международных организаций, также было выявлено, что «все преимущества цифровых технологий для поддержки обучения еще предстоит реализовать, цифровые технологии чаще всего используются для удобства коммуникаций» [16].

Эмпирической основой для выводов по цифровой компетентности студентов России для нас стали результаты нашего исследования в форме интернет-анкетирования с использованием Google Форм. В качестве респондентов выступили студенты гуманитарных направлений подготовки Казанского федерального университета (бакалавры и магистры).

88,1 % студентов поколения Z, будучи с детства на «короткой ноге» с гаджетами, дали положительную оценку цифровизации образования, более половины опрошенных проявляют инициативу в получении различных форм интернет-обучения – 51,2 % прошли онлайн-курсы и 53,6 % – вебинары. Масштаб используемых студентами цифровых инструментов пока не очень представительен: 71 % используют очень часто поисковые системы, 51 % – мобильные приложения, 26 % – блоги и микроблоги, 22 % коммуницируют посредством электронной почты, они редко используют онлайн-курсы, в том числе созданные на площадке вуза (40 %) и профессиональные сети (30 %).

В проведенном нами исследовании подтвердилась выявленная и другими российскими и зарубежными опросами установка студентов поколения Z на сочетание традиционных форм коммуникаций с преподавателями с онлайн-обучением. Студентам нужны учителя-наставники, готовые помочь им в овладении учебным материалом, оперативно осуществляющие обратную связь. 69 % опрошенных продемонстрировали элементарный здравый смысл, выразив несогласие с необходимостью замены преподавателей цифровыми инструментами.

Хотя более половины опрошенных студентов (55 %) ежедневно тратят от 4 до 5 часов на использование приложений смартфона, что в 2–3 раза превышает показатели опрошенных нами преподавателей, только треть студентов посвящают половину этого времени на интернет-коммуникации по поводу образования, представленными в основном в виде пассивных форм ИКТ, – это преимущественно вебинары (53,6 %) и онлайн-курсы (51,2 %).

Все это позволяет сделать вывод, что студенты поколения Z, несмотря на свою увлеченность цифровыми устройствами и вовлеченность в привычное для них информационное поле социальных сетей, пока слабо подготовлены к совместной работе с преподавателями в цифровой образовательной среде. Потому и им, и преподавателям требуются различные формы поддержки для повышения мотивации к овладению цифровой компетентностью, использованию необходимых ИКТ. У поколения Z явно другие предпочтения в обучении, цели и ценности, чем у предыдущих поколений, поэтому цифровые методы обучения, формы цифровых и традиционных коммуникаций должны быть к ним адаптированы.

Литература

1. Носкова А.В., Голоухова Д.В., Проскурина А.С., Нгуен Т.Х. Цифровизация образовательной среды: оценки студентами России и Вьетнама рисков дистанционного обучения // Высшее образование в России. – 2021. – Т. 30. – № 1. – С. 156–167.
2. Yureva O.V., Burganova L.A. Strategic management in higher education system // Methodological approaches, Academy of Strategic Management Journal. – 2016. – Vol. 15, Special Issue 2. – P. 38–42.
3. Клочкова Е.Н., Садовникова Н.А. Трансформация образования в условиях цифровизации // Открытое образование. – 2019. – № 23 (4). – С. 13–22.
4. Kameneva I. The actual questions of the realization of the personality-oriented educational paradigm in the context of digitalization // E3S Web of Conferences. – 2021. – № 273. – № 12060.
5. Гидденс Э. Устройство общества: очерк теории структуризации / пер. И. Тюрина. – М.: Академический проект, 2003. – 525 с.
6. DigCompEdu 2018 (EU Digital Competence Framework for Educators) / Retrieved from. – URL: <http://ec.europa.eu> (дата обращения: 13.03.2023).
7. Marcelo C., Yot-Domínguez C. From chalk to keyboard in higher education classrooms: Changes and coherence when integrating technological knowledge into pedagogical content knowledge // Journal of Further and Higher Education. – 2018. – № 1. – P. 3–17.
8. Bond M., Marín V.L., Dolch C., Bedenlier S., Zawacki-Richter O. Digital transformation in German higher education: student and teacher perceptions and usage of digital media // International Journal of Educational Technology in Higher Education. – 2018. – Volume 15. – Issue 48. – P. 1–20.
9. Yureva O.V., Burganova L.A., Kukushkina O.Y., Myagkov G.P., Syradoev D.V. Digital Transformation and Its Risks in Higher Education: Students' and Teachers' Attitude // Universal Journal of Educational Research. – 2020. – № 8 (11B). – P. 5965–5971.
10. Аналитический доклад: «Уроки стресс-теста»: вузы в условиях пандемии и после нее. – URL: <https://www.hse.ru/data/2020/07/06/1595281277/003Доклад.pdf> (дата обращения: 13.03.2023).
11. Аналитический доклад «Высшее образование: уроки пандемии Оперативные и стратегические меры по развитию системы». 2020. – URL: https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1682531101&tld=ru&lang=ru&name=аналитический%20доклад_для_МОН_итог2020.pdf&text=Аналитический%20доклад (дата обращения: 13.03.2023).
12. Бурганова Л.А., Юрьева О.В. Готовность вузовских преподавателей к работе в цифровой образовательной среде: компетентностный подход // Вестник экономики, права, социологии. – 2021. – № 2. – С. 67–72.
13. Волков С.К. Опыт региональных вузов в организации дистанционного обучения: первые итоги // Информационное общество. – 2020. – № 4. – С. 52–62.
14. Strauss W., Howe N. Generations: The History of American Future, 1584 to 2069. – New York: Morrow and CO, 1991. – 538 p.
15. Englund C., Olofsson A.D., Price L. Teaching with technology in higher education: Understanding conceptual change and development in practice // Higher Education Research and Development. – 2017. – № 36 (1). – P. 73–87.
16. Newman T., Beetham H. Student digital experience tracker 2017: The voice of 22,000 UK learners. Jisc. Retrieved Accessed 15 Apr 2018. – P. 5–12. – URL: <https://digitalstudent.jiscinvolve.org/wp/2017/06/26/student-digital-experience-tracker-2017-the-voice-of-22000-uk-learners/> (дата обращения: 13.03.2023).

ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ БЛОГИНГА НА САМОРЕАЛИЗАЦИЮ МОЛОДОГО ПОКОЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Васильева Диана Вадимовна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В данной исследовательской работе рассматривается блогингсфера как средство самореализации молодого поколения в условиях цифровой эпохи. Рассмотрены основные понятия самореализации, образ жизни современного человека, влияние цифровизацию на личность. Блогинг является новым социальным феноменом, который может повлиять на формирование личности. Люди сами конструируют свой образ в виртуальном мире, который влияет на развитие личности.

Ключевые слова: блог, блогинг, социальная сеть, молодежь, самореализация, цифровизация, образ жизни.

Современное общество развивается, научно-технический процесс дает значительный толчок для человечества. Интернет предоставляет широкий спектр возможностей для молодого поколения, начиная с поиска информации, знакомства, общения, торговли, заканчивая саморазвитием человека. На сегодняшний день, процесс самореализации личности проходит разными путями, появляются новые профессии, которые могут повлиять на формирования личности. Интерес ученых начинает расти, они задаются вопросами «Как меняется социальная реальность?», «Какие существуют риски и преимущества?».

Наиболее динамичной группой является молодежь, которая заинтересована поиском своего социального самоопределения, развитием своих индивидуальных способностей. Цифровые технологии кардинально повлияли на многие институты общества, коммуникацию в социуме, которая играет значительную роль в социализации молодого поколения. Коммуникация молодежи происходит посредством социальных сетей, вследствие, появляется виртуальное пространство для самовыражения и общения личности. Человек получает информацию непосредственно через Интернет, что также может повлиять на его самосознание. Люди зависимы от сетевого пространства, но при этом используют весь спектр возможностей для личного развития, образования, общения и самореализации.

Проблема самореализации находится в междисциплинарном поле исследования на стыке социологии, социально психологии и других наук. Социологов интересуют вопросы становления и воспроизводства личности в системе всего общества в целом. Вопрос о самореализации затрагивалась с древнейших времен в работах многих известных мыслителей. Первые предпосылки о существовании были рассмотрены в работах Аристотеля [1]. Он считал, что самореализация возникает вследствие потребностей человека. Для обретения счастья, личности следует стремиться к самосовершенствованию и самореализации. Немецкий ученый Карл Маркс говорил, что история человека есть история его самореализации [5]. Значительный вклад в самореализацию внес А. Маслоу [6]. По его мнению, в человеке изначально заложено стремление к самосовершенствованию. К основным признакам самоактуализации можно отнести «конструирование» своей реальности путем принятий решений, способствующих к личностному росту.

К первым попыткам осмысления со стороны отечественных социологов можно отнести работы И.С. Кона [4]. Он пишет, что в юном возрасте человек находится в постоянном поиске себя, в зрелом возрасте происходит сознательный образ жизни и интерес к самореализации в них. Современный социолог И. В. Солодникова рассматривает самореализацию в зрелом возрасте в условиях цифровизации [7]. Л.В. Власенко в своей работе пишет, что самореализация молодежи проходит в общественно-политических организациях [3]. А.Х. Аюпова в своей работе пишет об особенностях самореализации российской молодежи в условиях глобализации [2]. Путем поставленных целей молодежь стремится к самореализации и саморазвитию.

Качество и условия жизни человека трансформируются, образ жизни людей меняется по новым моделям жизни. Современный мир характеризуется использованием цифровых технологий. С раннего возраста дети используют компьютеры, планшеты, которые значительно влияют на социализацию. Цифровые технологии, несомненно, воздействуют на образ жизни, что также влияет на самореализацию человека. Самореализация связана не только с развитием себя в повседневной жизни, но и в профессиональной жизни. На сегодняшний день, многие профессии утрачивают свое значение, и некоторые специальности становятся не такими востребованными на рынке труда.

С появлением Интернета у людей появился еще один способ проведения своего свободного времени – это введение социальной страницы. Социальные сети меняют образ жизни, люди могут обмениваться информацией и опытом, общаться и дискутировать на определенные темы, знакомятся с интересными людьми, а также это новый способ заработка. Особенно значим этот фактор для молодых поколений [8, 9, 10]. Сейчас самореализация может происходить не только через профессиональную деятельность, но и через блогинг (введение социальной страницы).

Современный человек в условиях глобализации может конструировать свой образ жизни, развивать свои индивидуальные способности. Тематика блогинга может быть разнообразна. С помощью блогов люди поддерживают коммуникацию. Глобальная информационная сеть позволило человеку открыть возможности для формирования собственной идентичности в виртуальном мире. Социальные сети становятся площадкой для самовыражения мыслей и идей, развития творческих способностей, где можно получить обратную взаимосвязь от аудитории.

Блогинг имеет ряд функций: коммуникативная, развлекательная, функция самопрезентации и объединения. Функция саморазвития и рефлексии позволяет человеку взаимодействовать с самим собой, которая способствует анализу своих действий и поступков. В социальных сетях строят свой образ таким, которым он хочет видеть сам. Человек может корректировать свой образ и учитывать интересы подписчиков. Блог является одним из инструментов самовыражения личности, человек может свободно делиться своими мыслями и знаниями, и быть полезным обществу.

В рамках исследовательской работы было проведено 12 полуформализованных интервью. Данный метод позволил установить особенности самореализации личности в блогингсфере среди разной возрастной группы и разными социальными статусами. Информанты были разных и полов, и возрастов от 18 и до 45 лет. По словам информантов, наиболее удобной площадкой для ведения блога является Инстаграмм. Причиной этому является формат, в котором удобно выкладывать фотографии и видео, быстро набирается популярность и легко продвинуть свой аккаунт, так как данная социальная сеть распространена по всему миру.

Информанты ведут свои блоги на протяжении 5–6 лет, с того времени как Инстаграмм стал популярной социальной сетью. Изначально главной функцией Инстаграмм являлось виртуальный фотоальбом, сейчас основной функцией является самовыражение мыслей и самопрезентация себя как личность. Помимо этого, информанты также имеют аккаунты в других социальных сетях, например, ВКонтакте, Телеграмм, Ютуб. ВКонтакте в основном дублируют информацию с Инстаграмм, но он используется для ведения диалога и прослушивания музыки. Телеграмм ведется только для определенной группы, которым действительно интересна информация, которую преподносит блогер. Ютуб, по словам информантов, является сложной площадкой, так как именно там выкладываются только видео, а для монтирования видео уходит достаточно много времени. Основной аудиторией блогеров является молодежь, так как новые технологические процессы осваиваются молодым поколением быстрее.

На вопрос «*Что для вас блогинг? С чем он у вас ассоциируется?*» информанты ответили, что «*это жизнь, смысл жизни*» (Информант 3); «*неотъемлемая часть жизни, которая идет параллельно вместе с реальностью*» (Информант 4); «*это удовольствие, хобби*» (Информант 9); «*привычка, когда ты видишь, что-то интересное, которую ты не можешь не выложить*» (Информант 2); «*иногда является средством заработка*» (Информант 5); «*малень-*

кая жизнь каждого» (Информант 12); «ассоциирую это с фильмом» (Информант 7) . Таким образом, блогинг воспринимается каждым по-разному, у каждого свое представление о блогерстве.

Девушки в возрасте от 18 до 25 лет затрагивают тему здорового образа жизни. Кто-то рассказывает о правильном питании и показывает свой рацион, делится полезными рецептами. Другие мотивируют свою аудиторию занятием спортом, чтобы иметь красивое и здоровое тело. Девушки данной возрастной группы позиционируют любовь и наслаждение к себе. Так, блогеры становятся мотиватором во многих начинаниях. Также некоторые из информантов в блоге показывают культуру, обычаи, традиции своего народа.

Мужчины в возрасте от 25 до 38 лет затрагивают актуальные вопросы того населенного пункта и региона, в котором живут. Они являются местными блогерами, которые делятся своими идеями и мыслями связанные с их родным городом. Информанты в возрасте от 38 и до 45 лет выкладывают полезные и интересные советы в бытовой жизни. Можно сказать, что данная возрастная группа ведет свой блог, чтобы быть полезными для общества. Есть также группа пользователей, для которых ведение социальной страницы является как виртуальный фотоальбом. *«Просто живу здесь и сейчас. Вдруг меня завтра не станет. И детям будет на память обо мне. Посмотрят и скажут. Мама крутая была»* (Информант 5). Таким образом, тематика блогинга разных возрастов и полов значительно отличается, демонстрация своего стиля жизни, образа жизни, может показать обществу, какой социальный статус человек занимает в обществе. Для многих блог служит как фотоальбом и виртуальный дневник, в котором хранятся мысли и чувства определенного времени.

Блогинг является удобной площадкой для того, чтобы различные компании смогли заметить личность, которые в последующем помогут реализоваться в различных сферах жизни. Ведение социальной страницы показывают отчасти сущность человека, мысли и образ жизни. Люди сами конструируют свой образ, который могут корректировать. Личные страницы в онлайн являются платформой, которая может помочь в реализации и в развитии идей.

Блогинг дает достаточно сильный толчок в развитии личности. Блогер получает знания, начиная с IT технологий и заканчивая психологическими навыками. Негативные реакции стороны со стороны других людей учить более сдержанными и толерантными. Блогера адекватно могут воспринимать критику в свою сторону. Также происходит развитие ораторского искусства, люди умеет правильно формулировать свою мысль и преподносить это своей аудитории. Следует отметить, что блогинг помогает людям преодолевать страх в общении, человек становится более уверенным. Поднимается самооценка, хочется больше взаимодействовать с людьми

Блог является отражением общественного мнения, в котором люди выражают свои мысли по различным проблемам. Блогер может повлиять на сознание человека, что значительно изменит отношение к определенным аспектам жизни. В блоге могут затрагиваться различные актуальные проблемы, где люди вступают в дискуссии и высказывают свое мнение. Социальные сети предписывают свои форматы, которые помогают охватить наибольшую популярность, тогда в этом случае блогер начинает думать иначе. За счет обратной связи от аудитории, пользователь начинает понимать, что больше всего интересует общество, происходит саморазвитие и рефлексия своей сущности. Отношение между блогером и подписчиком скорее дружеские, что вызывает доверие к информации, которая затрагивается в блоге.

Блогинг является инструментом конструирования своей реальности в условиях цифровизации. Человек за счет ведения социальной страницы может сам создать свой образ, который он хочет видеть. Существуют различные механизмы и стратегии для создания определенного социального образа в виртуальном мире. Также следует отметить, что социальные сети предписывают свои форматы, которые помогают охватить наибольшую популярность, тогда в этом случае блогер начинает думать иначе. Образ личности в виртуальном мире довольно сильно искажен, так как блогер пытается показать красивую картинку, без противо-

положительной стороны и жизненных трудностей. Пользователи стремятся показать положительную оценку своего образа, за счет использования различных стратегий.

Таким образом, самореализация, в социологическом дискурсе, раскрывается как процесс развития личности, на основе стремления «реализовать себя» и свои возможности. Конструирование социального образа происходит за счет стремления к проявлению себя, в самовыражении своего мнения по различным проблемам общественной жизни. Человек может достичь желаемого образа в социальном пространстве путем демонстрации себя и своего стиля жизни. Он сам строит образ, который хочет видеть. Содержание блога – это личностное эмоциональное состояние личности.

Социальные сети являются новым инструментом для конструирования образа. Конструирование социальной реальности происходит за счет стремления к проявлению себя, самовыражения своих мыслей и идей по различным проблемам. Пользователи социальных сетей могут показывать свою жизнь в искаженном виде, без негативных эмоций и жизненных неудач. В своем блоге люди стараются преподнести только полезную и нужную информацию. Иногда они являются мотиваторами в некоторых начинаниях. Блогер формирует свой образ и свои идеи на основании общепринятых моделях поведения.

Под воздействием информационных технологий люди сталкиваются с потоком информации, которые могут повлиять на переосмысление некоторых ценностей. Для самореализации личности требуется признание своего существования со стороны общества. В виртуальном пространстве успешная реализация заключается в обратной связи между блогером и аудиторией. На сегодняшний день профессия блогера не воспринимается в серьез. Многие люди думают, что традиционные специальности принесут больше заработка. Однако общество развивается, появляются новые феномены, которые трансформируют многие привычные для людей явления. Постепенно происходит профессионализация блогерства в восприятии аудитории. Интерес к данной профессии растет, так как именно они видят перспективу развития данного явления.

Литература

1. *Аристотель*. Сочинение: в 4 т. / пер. с древнегреч. под общей редакцией А.И. Доватура. – М.: Мысль, 1983. – 830 с.
2. *Аюпова А.Х.* Особенности самореализации российской молодежи: социокультурный анализ // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2014. – № 39 (59). – Т. 1. – С. 88–91.
3. *Власенко Л.В.* Самореализация молодежи в общественно-политических организациях: автореф. дис. ... канд. социол. наук / Л.В. Власенко. – Кемерово, 2009. – 27 с.
4. *Кон И.С.* В поисках себя: личность и ее самосознание. – М.: Политиздат, 1984. – 335 с.
5. *Маркс К.* Сочинение: в 30 томах / К. Маркс., Ф.Энгельс. – 2-ое изд. – Т. 3. – М.: Госполитиздат, 1954. – 312 с.
6. *Маслоу А.Г.* Дальние пределы человеческой психики; пер. с англ. А.М. Татлыдаевой; научн. ред., вступ. статья и коммент Н.Н. Акулиной. – СПб.: Изд-во. группа «Евразия», 1997. – 430 с.
7. *Солодникова И.В.* Самореализация личности в зрелом возрасте: автореф. дис. ... канд. социол. наук / И.В. Солодникова, 2007. – 26 с.
8. *Ефлова М.Ю., Максимова О.А., Озерова К.А.* Гражданский цифровой активизм и социальная эксклюзия в условиях вынужденного погружения в цифровую среду // Вестник экономики, права и социологии. – 2021. – № 1. – С. 124–128.
9. *Щелкунов М.Д., Николаева Е.М., Ефлова М.Ю., Котляр П.С.* Медиаобразование в высшей школе: особенности, перспективы, риски // Вестник экономики, права и социологии. – 2018. – № 2. – С. 208–213.
10. *Ахметшина А.А., Беляев В.А., Максимова О.А.* Воздействие информационных технологий на преемственность и конфликт между реальными и условными поколениями // Вестник экономики, права и социологии. – 2018. – № 3. – С. 134–139.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ

**Галанская Алёна Валерьевна,
Нуруллина Эльмира Ринатовна**

Казанский государственный энергетический университет, Казань, Россия

Аннотация. В статье рассмотрены социально-экономические особенности государственного управления в условиях глобальной цифровой трансформации. Рассмотрена роль информационно-коммуникационных технологий в системе взаимоотношений государственных органов власти и населения и необходимость их внедрения в современное государственное управление. В статье показаны результаты проведенного авторского социологического исследования с применением маркетингового метода выявления сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз применения информационно-управленческой сети в целях повышения эффективности внедрения информационно-коммуникационных технологий в деятельность органов государственной власти. Даны рекомендации по использованию информационно-коммуникационных технологий как эффективного метода оптимизации и совершенствования системы государственного управления и взаимодействия органов государственной власти с населением.

Ключевые слова: государственное управление, информационно-коммуникационные технологии, цифровая трансформация, органы государственной власти, социальное взаимодействие, гражданское общество.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что повсеместное использование массовых информационно-коммуникационных технологий послужило толчком к образованию единого информационного пространства в стране. Оно характеризуется едиными принципами взаимодействия и доступности для всех членов общества, сохранением баланса интересов в информационном пространстве, обеспечением национального информационного суверенитета. Система государственного управления, как и вся жизнедеятельность общества, в современных социально-экономических условиях проходит этап качественных изменений, благодаря глобальной цифровой трансформации и повсеместному внедрению информационно-коммуникационных технологий. Общественная жизнь претерпевает значительные изменения, требующие государственного контроля и управления, системообразующей частью которых в последние десятилетия стали информационно-коммуникационные технологии. Информационно-коммуникационные технологии – комплекс методов и средств, объединяющие программно-производственные решения по сбору, обработке и хранению информации.

В современном обществе информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) играют все более важную роль в различных сферах жизни, включая государственное управление. Использование информационно-коммуникационных технологий позволяет значительно улучшить структуру и деятельность государственных учреждений, обеспечить более эффективную работу органов государственной власти, а также повысить уровень эффективности взаимодействия между государством и гражданами общества, качества обслуживания населения, эффективности работы государственных служб и скорость в процессе принятия решений.

В сложившейся ситуации важным является переход к системе информационно-управленческой сети, которая является общедоступным способом получения актуальной информации, ускоряет процесс государственного управления, повышает уровень прозрачности деятельности органов государственной власти, позволяет быстро реагировать на различные политические и общественные ситуации. Информационно-управленческая сеть – это логическая сеть, для предоставления услуг цифрового телевидения. Она характеризуется высоким уровнем надёжности передачи данных, управления услугами, контролем трафика.

Информационно-управленческая сеть обеспечивает защищённую среду для оказания государственных и муниципальных услуг, например, в коммерческом секторе, системе здра-

вохранения, контроля чрезвычайных ситуаций, с помощью электронного правительства. Это происходит благодаря внедрению данной системы в роли единого центра управления.

В Российской Федерации с 2008 года идёт активное внедрение «электронного правительства» (возможность электронного получения государственных и муниципальных услуг для всех граждан) и развитие информационной инфраструктуры (качественная и общедоступная сеть Интернет для всех субъектов страны). В рамках данной стратегии идёт активное подключение к сети Интернет всех органов государственной власти, системы здравоохранения, образовательных организаций, органов внутренних дел. Для обеспечения безопасности их функционирования происходит решение следующих задач:

- переход органов государственной власти к работе на отечественном программном обеспечении;
- размещение органов исполнительной власти на федеральном сегменте сети PSNet;
- подготовка специалистов в сфере информационной безопасности и технического обслуживания;
- обеспечение централизованного доступа органов государственной власти к сети Интернет;
- централизованное размещение информационных систем;
- мониторинг информационной безопасности;
- создание центров обработки данных [1].

В социально-политической сфере, цифровизация на базе информационно-коммуникационных технологий, имеет отличительную особенность, которая проявляется в наибольшем масштабном эффекте. Новые способы получения и реализации информации через цифровые каналы повышают открытость деятельности государственной власти, а также повышает качество и количество взаимодействия органов государственной власти с населением. Следовательно, благодаря внедрению информационно-коммуникационных технологий идёт развитие демократических принципов и масштабные изменения в социальных процессах, которые требуют активных разработок и социологических исследований феномена электронного правительства [2, с. 205–228].

С целью выявления механизмов повышения эффективности использования информационно-коммуникационных технологий в деятельности органов государственной власти, мы провели авторское социологическое исследование в Маломеминском сельском поселении Кайбицкого района Республики Татарстан. В анкетном опросе приняло участие 364 человека в возрасте от 18 до 70 лет.

В результате исследования было выявлено, что абсолютное большинство респондентов (99 %) используют информационно-коммуникационные технологии для взаимодействия с органами государственной власти, что говорит о высокой востребованности цифровых технологий в работе исполнительных органов власти сельского поселения и эффективности коммуникации с местным населением.

Около 40 % респондентов оценивают взаимодействие с органами государственной власти через информационно-коммуникационные технологии как удобный способ коммуникации. Для 26,1 % опрошенных данный способ является наиболее удобным. Около 20 % (18,8 %) респондентов указывают на средний уровень удобства. Исходя из оценки степени удобства использования информационно-коммуникационных технологий во взаимодействии с органами государственной власти, можно отметить, что для большинства респондентов такой способ коммуникации с властью является удобным. Так, более половины респондентов высоко оценивают возможность использования информационно-коммуникационных технологий во взаимодействии с органами государственной власти. Респонденты оценили удобство использования ИКТ на «отлично» (51,1 %), на «хорошо» (41,8 %), на «удовлетворительно» (4,5 %), неудовлетворительно (2,6 %). Это обусловлено простотой их использования и наименьшим количеством затраченного времени на взаимодействие.

Почти половина опрошенных респондентов уверены, что в современных условиях необходимо использовать информационно-коммуникационные технологии для взаимодей-

ствия с органами государственной власти (48 %). Однако 32 % считают, что такой необходимости нет. Вероятно, это может означать, что органам государственной власти, необходимо рассмотреть возможность внедрения в процессы коммуникации с населением новые каналы, образованные с помощью цифровых технологий, так как существующие вызвали не у всех пользователей чувство необходимости в них.

Рассматривая способы взаимодействия населения с органами государственной власти с помощью информационно-коммуникационных технологий, можно выделить следующие каналы коммуникации:

- электронные опросы населения по вопросам местного значения;
- онлайн конференции граждан и органов государственной власти;
- обращение в органы государственной власти через формы электронного обращения;
- электронное голосование;
- электронный референдум;
- проявление гражданской инициативы через Интернет (в том числе через социальные сети, специальные платформы, официальные порталы).

Для абсолютного большинства респондентов наиболее удобным способом взаимодействия с органами власти является электронное голосование (97,7 %). Также респонденты отметили, такие формы взаимодействия как обращение в органы государственной власти через формы электронного обращения (82,6 %), электронные опросы населения по вопросам местного значения (75,6 %), электронный референдум (58,7 %), онлайн конференции граждан и органов государственного власти (51,4 %), проявление гражданской инициативы через Интернет (в том числе через социальные сети, специальные платформы, официальные порталы) (45,8 %).

Рассматривая эффективность деятельности органов государственной власти в едином информационном пространстве с помощью информационно-коммуникационных технологий, нами был проведён SWOT-анализ с целью для формирования представления о сильных и слабых сторонах применения информационно-коммуникационных технологий в государственном управлении, а также представления о возможностях и угрозах внешней среды для информационно-управленческой сети. Информация по внедрению информационно-коммуникационных технологий в работы исполнительного комитета для выявления факторов внутренней и внешней среды организации была получена в исполнительном комитете Маломеминского сельского поселения Кайбицкого района Республики Татарстан.

Рассмотрим результаты проведенного SWOT-анализа с целью изучения эффективности использования информационно-коммуникационных технологий в деятельности органов государственной власти. Так, повсеместному использованию информационно-коммуникационных технологий способствуют такие факторы, как внешний – информатизация и цифровизация общества, внутренний – распространение современного оборудования, программного обеспечения, ИТ-услуг и ИТ-продуктов, а также способствуют появлению опыта информатизации в сфере государственного управления. В последние десятилетия идёт создание единого информационного пространства и образование электронного правительства, целью которого является объединение интерактивных и транзакционных сервисов в комплексные услуги, что должно повысить эффективность функционирования государственного управления, экономики, а также предоставить свободный и повсеместный доступ к получению государственных и муниципальных услуг и информации. Единая информационная среда государства представляет собой совокупность средств передачи данных, информационных ресурсов, протоколов взаимодействия, аппаратно-программного и организационного обеспечения, ориентированная на удовлетворение потребностей пользователей государственных и муниципальных услуг.

Рассмотрим (strengths) сильные стороны информационно-управленческой сети в деятельности Исполнительного комитета Маломеминского сельского поселения Кайбицкого муниципального района Республики Татарстан. К ним относятся:

- активизация работы органов государственной власти;

- наличие информационно-коммуникационных технологий и оборудования для работы в едином информационном пространстве (приобретение 3-х новых персональных компьютеров);
- опыт работы с электронным правительством (работа официального сайта сельского поселения на портале <https://mmemin-kaybici.tatarstan.ru/>, создание официальной страницы сельского поселения в социальных сетях, работа электронной приёмной и т. п.);
- повышение квалификации сотрудников (обучение сотрудников работе на оборудовании и в Интернет-среде, приобретение навыков использования информационно-коммуникационных технологий в государственном управлении).

К слабым сторонам (weaknesses) информационно-управленческой сети относятся:

- дополнительная нагрузка на сотрудников Исполнительного комитета по освоению работы с информационно-коммуникационными технологиями;
- недостаточный уровень навыков использования информационно-коммуникационными технологиями населением;
- недостаток специалистов по техническому обслуживанию оборудования и сайта.

Далее проанализируем внешнюю среду деятельности органов государственной власти и использования ими информационно-коммуникационных технологий [3].

Так, к возможностям (opportunities) информационно-управленческой сети в деятельности Исполнительного комитета можно отнести:

- общедоступная и непрерывная актуальная информация о деятельности органов государственной власти;
- прямой доступ к взаимодействию с органами государственной власти (через сайты, порталы, официальные страницы в социальных сетях и т. д.);
- ускорить процесс предоставления государственных и муниципальных услуг;
- повысить уровень прозрачности деятельности Исполнительного комитета, исключить коррупционные ситуации.

Основные угрозы (threats) информационно-управленческой сети в деятельности Исполнительного комитета связаны с:

- уходом иностранного программного обеспечения и оборудования;
- низкой скоростью импортозамещения программного обеспечения и оборудования;
- утратой доступа к данным, их похищение.

На основе проведённого SWOT-анализа можно резюмировать, что сильные стороны в совокупности с возможностями использования информационно-коммуникационных технологий в деятельности Исполнительного комитета Маломеминского сельского поселения Кайбицкого муниципального района Республики Татарстан количественно превалирует над общей суммой слабых сторон и угроз, что позволяет сделать вывод о потенциальном повышении эффективности информационно-коммуникационных технологий в государственном управлении.

Результаты эмпирического анализа авторского исследования и SWOT-анализа показали, что в Исполнительном комитете Маломеминского сельского поселения Кайбицкого района Республики Татарстан, идёт активный процесс внедрения информационно-коммуникационных технологий с систему государственного управления. Отмечается положительная динамика и рост эффективности использования информационно-коммуникационных технологий в деятельности органов государственной власти [4]. Также важно обратить внимание, на активность местного населения в использовании средств информационно-коммуникационных технологий при взаимодействии с властью.

Литература

1. *Старинцева Г.А.* Информационно-коммуникационные технологии в государственном управлении. Электронное правительство РФ // Скиф. – 2018. – № 6 (22). – С. 81–86.
2. *Ерженин Р.В.* Электронное правительство России: обзор научных публикаций и исследований // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2018. – № 3. – С. 205–228. – С. 205–228.

3. *Леньшина А.А.* Особенности коммуникативных технологий в деятельности органов государственной власти // Молодой ученый. – 2019. – № 9. – С. 23–25.
4. *Сазонова А.В.* Анализ реализации государственной программы «Информационное общество» // Мир науки. Педагогика и психология. – 2015. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-realizatsii-gosudarstvennoy-programmy-informatsionnoe-obschestvo> (дата обращения: 23.03.2023).

СООТНОШЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ДИСТАНЦИОННОГО И ТРАДИЦИОННОГО ГОЛОСОВАНИЯ НА ПОЛИТИЧЕСКИХ ВЫБОРАХ В РОССИИ

**Ефлова Мария Юрьевна,
Дудочников Алексей Игоревич**

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Статья содержит количественный анализ поддержки политических партий избирателями, реализующими активное избирательное право, в разрезе традиционного и дистанционного голосования. Данный анализ позволяет выявить, существует ли корреляция между результатами волеизъявления в онлайн и оффлайн формах. Синтез двух систем приводит к формулированию социологических гипотез относительно электорального поведения на дистанционном электронном голосовании. В ходе исследования проводится компаративный анализ результатов голосования электората на избирательных участках и через интернет. Одной из задач ставилось определить, совпадают ли проценты поддержки определенных политических сил на традиционном и дистанционном голосовании, либо между двумя формами корреляция не прослеживается, следовательно, имеют место быть социологические гипотезы, связанные с различными социальными группами, имеющими отличия в предпочтении к формам голосования. По итогам статьи приведены количественные данные, демонстрирующие различия в результатах голосования за определенные политические силы традиционным и дистанционным способом. Для реализации будущих исследований сформулированы авторские гипотезы, объясняющие различия в результатах дистанционного и традиционного голосования.

Ключевые слова: политические выборы, дистанционное электронное голосование, традиционное голосование, явка избирателей, политическая партия.

В 2019 году на выборах в региональный парламент города Москвы, регион федерального значения самостоятельно проявил инициативу и провел на своей территории эксперимент по внедрению дистанционного электронного голосования (ДЭГ) на базе собственной технологической системы, разработанной Департаментом информационных технологий города Москвы.

В 2019 году на Выборах в Московскую городскую Думу на ДЭГ зарегистрировалось 2,23 % избирателей. Это средняя доля по одномандатным округам, где имелась возможность проголосовать онлайн – из 45 округов было отобрано 3 округа для проведения эксперимента. Выбор был обусловлен «народным» голосованием граждан на портале «Активный гражданин». Далее, активность москвичей возрастала из года в год. На Общероссийском голосовании по Конституции в 2020 году показатель зарегистрировавшихся на ДЭГ – 13,37 %, на выборах в Госдуму в 2021 году – 25,95 %. Объяснить такой рост можно тем, что регион активно агитировал население присоединиться к дистанционной системе. Остальные субъекты по понятным географическим и административно-территориальным причинам имеют низкий интерес к дистанционному голосованию по сравнению с Москвой, менее 9 % избирателей регистрируются на дистант. Вторым регионом, внедрившим ДЭГ на своей территории, стала Нижегородская область. На Общероссийском голосовании по Конституции в Нижегородской области на ДЭГ зарегистрировалось чуть более 5 % избирателей. На Выборах в Госдуму

на 0,5 % меньше, хотя ожидалось, что повторное использование технологии приведет к увеличению уровня интереса населения Нижегородской области к онлайн-голосованию. В 2021 году технология ДЭГ масштабировалась, на парламентских выборах в Государственную Думу РФ, проголосовать онлайн могли избиратели 7 субъектов. Если не брать во внимание Москву, то на парламентских выборах доля электората, зарегистрировавшегося на ДЭГ, составляет около 7 %. Положительную динамику демонстрируют Курская и Ярославская области, которые в 2021 году намного активнее пользовались возможностью проголосовать вне участка, чем в 2020 году на дополнительных выборах в Госдуму, однако стоит взять во внимание, что интерес к дополнительным выборам объективно меньше, чем к основным, которые к тому же охватывают все округа.

Далее, необходимо рассмотреть коррелируют ли результаты голосования традиционным и дистанционным способом. Количественный анализ показал избирательных кампаний с 2019 по 2021 год показал, что корреляция отсутствует, особенно это критично при сравнении результатов 1 и 2 места в итоговом раскладе. Самый первый эксперимент в Москве выдал противоречивые результаты. В Округе № 30 (Чертаново Центральное, Чертаново Южное) баллотировались кандидат фактически от партии «Единая Россия» Маргарита Русецкая, а также самовыдвиженец Роман Юнеман. На традиционном голосовании Юнеман обошел Русецкую на 581 голос, а на дистанционном на 665 голосов Юнеман опередила уже Русецкая. По итогу Роман Юнеман проиграл с разницей в 84 голоса. Данная ситуация стала началом зародившихся споров о честности дистанционного голосования. Роман Юнеман оспаривал свой результат в суде, приводя в дополнение доводы о технических сбоях системы в день голосования. В январе 2022 года Конституционный суд РФ отказал Юнеману в иске об аннулировании результатов по выборам 2019 года.

Общероссийское голосование по Конституции прошло без значительных расхождений в результатах независимо от формы голосования. В Москве за поправки в Конституцию проголосовало 62 % электората на дистанционном голосовании и 66 % на традиционном. В Нижегородской области «За» проголосовало 60 % на дистанционном голосовании и 80 % на традиционном.

Противоречивые результаты продемонстрировала федеральная парламентская кампания 2021 года. Партия КПРФ не признала дистанционное голосование в Москве, поскольку «Единая Россия», значительно уступая по результатам голосования на участках, крупно обыгрывала конкурентов на электронном голосовании. Результаты в 8 из 15 округов были противоположными относительно итогового результата. «Единая Россия» проиграла 8 округов по традиционному голосованию. В связи с этим коммунисты организовывали митинги против фальсификации выборов, однако никто так и не смог доказать факт этой фальсификации. Реальных оснований считать результат нелегитимным нет. Кандидаты, баллотировавшиеся от партии в Госдуму от КПРФ, на сегодняшний судятся за отмену результатов ДЭГ. Аналогичная ситуация произошла в Москве на выборах всех уровней: дополнительные выборы в Московскую городскую Думу 2021 года (кандидаты Петр Карманов и Дарья Багина не признали результаты дистанционного голосования); Выборы депутатов Совета депутатов муниципального округа Щукино в городе Москве (Андрей Гребенник не признал итоги выборов и призвал «нечестных депутатов» отказаться от депутатских мандатов).

По выборам в Госдуму можно сделать сравнительный анализ по поддержке партий на традиционном и дистанционном голосовании в разрезе регионов (табл. 1). В среднем «Единая Россия» получила по пропорциональной системе в ДЭГ на 6 % больше, чем в традиционном голосовании. КПРФ на ДЭГ получает в среднем на 8 % меньше, чем на традиционных участках. Также на ДЭГ значительно больше голосов в среднем получили партия «Новые люди» (+2,71 %) и «Зеленые» (+1,49 %). Желтым цветом отмечены результаты партий, которые набрали на парламентской кампании больше на дистанционном голосовании. Можно отметить, что КПРФ ни в одном регионе не показало лидерство в дистанционном голосовании, а «Новые люди» во всех субъектах показывают на дистанционном голосовании

лучший результат. Парламентские выборы в России проходят по смешанной системе, и выше представлены результаты только по пропорциональной части.

Таблица 1

Сравнительный анализ результатов традиционного и дистанционного
Голосования на выборах в Государственную Думу РФ – 2021
(Д – дистанционное; Т – традиционное)

№	Партии	Курская область		Мурманская область		Нижегородская область		Ростовская область		Ярославская область		г. Москва		г. Севастополь		Итого в среднем за партии (Д – Т)
		Д	Т	Д	Т	Д	Т	Д	Т	Д	Т	Д	Т	Д	Т	
1	КПРФ	13.6	20.6	11.8	19.0	15.9	19.7	8.7	22.5	14.2	24.6	15.1	29.6	9.3	12.9	-8.62
2	Зеленые	1.6	0.5	2.5	1.2	1.9	0.6	1.2	0.6	2.2	1.0	3.2	1.4	4.3	1.2	1.49
3	ЛДПР	9.2	10.8	10.0	11.2	8.3	7.0	6.9	6.9	7.4	9.2	7.2	6.6	9.5	8.3	-0.22
4	Новые люди	11.2	6.2	11.5	7.8	9.0	4.8	5.0	5.2	9.7	7.3	7.6	6.1	7.4	4.9	2.71
5	Единая Россия	46.2	42.9	40.5	34.6	42.2	49.9	66.6	48.2	38.5	27.4	43.4	29.2	53.3	56.3	6.01
6	Справедливая Россия	6.7	8.1	10.1	11.4	10.9	8.4	4.0	6.9	17.6	19.4	6.6	7.8	8.3	7.3	-0.72
7	Яблоко	0.7	0.6	1.3	1.0	1.6	0.8	1.0	0.8	1.7	1.4	4.0	5.6	0.7	0.6	0.01
8	Партия роста	0.5	0.2	0.6	0.3	1.2	0.4	0.5	0.3	0.6	0.3	1.3	0.8	0.4	0.3	0.35
9	РПСС	0.8	0.7	1.2	0.9	0.8	0.5	0.6	0.7	1.0	0.9	1.7	2.1	0.7	0.6	0.08
10	Коммунисты России	1.5	1.4	1.4	1.5	1.1	1.1	0.8	1.5	1.2	1.1	0.8	1.3	0.6	0.7	-0.16
11	Гражданская Платформа	0.5	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.3	0.2	0.1	0.1	0.09
12	Зеленая альтернатива	1.3	0.5	2.0	1.0	1.3	0.5	0.9	0.5	1.2	0.6	2.2	1.2	1.4	0.6	0.78
13	Родина	0.6	0.5	0.7	0.7	0.9	0.5	0.9	1.0	0.6	0.8	1.0	1.4	0.7	0.7	-0.02
14	Партия пенсионеров	3.8	3.5	4.8	5.7	3.1	3.0	1.5	2.3	2.4	3.0	2.4	3.1	2.0	2.1	-0.41

Исходя из проведенного исследования, можно сделать вывод, что корреляция между результатами голосования в традиционной и дистанционной форме отсутствует, что уже успело породить на практическом уровне общественное недовольство и судебные иски. Отсутствие корреляции воспринимается негативно. Одна из проявившихся заметных тенденций заключается в том, что партия «Единая Россия» демонстрирует отличный результат на дистанционном голосовании (в среднем + 6 %) и на много хуже на традиционном. Возникает своего рода конфликт «1 место – 2 место», который также можно обозначить конфликтом «Единая Россия» – КПРФ. Это дает повод системным и несистемным оппозиционным политическим силам подозревать фальсификации. Тем не менее, на сегодняшний день никакие из форм возможных фальсификаций не доказаны и не подтверждены.

Интерес и доверие к дистанционному электронному голосованию можно повысить только обеспечением прозрачности процедур. Центральная избирательная комиссия РФ работает в этом направлении, приглашая к разработке и тестированию системы различные категории специалистов. Более того, избирательная комиссия дистанционного голосования ТИК ДЭГ, как правило, формируется из представителей тех субъектов, где реализуется новая форма голосования.

Для последующих исследований можно сформулировать три социологические гипотезы, в силу которых результаты дистанционного и традиционного голосования не коррелируют (конфликт «1 место – 2 место» / «Единая Россия» – КПРФ):

– возрастная (за КПРФ голосует преимущественно старшее поколение, большая доля которого плохо ориентируется в информационной среде; за «Единую Россию» отдает голоса электорат разного возраста, соответственно, большая его часть давно освоила цифровое пространство. Это объясняет результаты голосования, где «Единая Россия» на дистанционном голосовании позиционируется намного успешнее КПРФ);

– административная (если взять во внимание, что существует административное принуждение к участию в выборах бюджетников в той или иной степени, можно предположить, что бюджетники наиболее склонны проголосовать на ДЭГ, потому что так желает начальство. Учитывая, что административный ресурс работает преимущественно в пользу правящей партии, электорат голосует за нее на ДЭГ, а на традиционном голосовании остаются избиратели, поддерживающие оппозиционные объединения. Голосование за правящую партию, в пользу которой работает административный ресурс, обеспечивается дополнительно опасением, что цифровой голос может не обеспечивать тайну голосования);

– агитационная (КПРФ, особенно в Москве, призывала сторонников голосовать только традиционно. «Единая Россия», напротив, агитировала за дистанционный формат. Это в качестве дополнительного фактора усилило отсутствие корреляции между традиционными и дистанционными результатами).

Благодарность. Статья выполнена за счет средств субсидии, выделенной Казанскому федеральному университету для выполнения проекта № FZSM-2023-0022 «Цифровая социализация и цифровая компетентность молодежи в условиях глобальных системных изменений: технологии регулирования, риски, сценарии» в рамках государственного задания.

Литература

1. *Ефлова М.Ю., Дудочников А.И.* Эволюция избирательной системы в России: опыт становления электронного (дистанционного) голосования / Международный молодежный симпозиум по управлению, экономике и финансам. Сборник научных статей. – Казань, 2019. – С. 441–444.
2. *Maximova O.A., Eflova M.I., Rassolova E.N.* E-literacy of the russians of the third age as a factor of adaptation under the conditions of information-oriented society // Journal of advanced research in dynamical and control systems. – 2019. – Volume 11. – Special Issue 8. – P. 1837–1841.
3. *Volkova N.V., Khalilova T.V., Dudochnikov A.I., Leontieva L.S., Gaynullina L.F.* Correlation between the electoral system democratization and the electoral activity // International journal of innovative technology and exploring engineering. – 2019. – Volume 8. – Issue 7. – P. 2248–2253.
4. *Алексеев Р.А.* Апробация технологии блокчейн на выборах в Московскую городскую думу в 2019 г.: результаты и перспективы применения для федерального избирательного процесса // Журнал политических исследований. – 2019. – Т. 3. – № 4. – С. 12–23.
5. *Ахременко А.С., Бродовская Е.В.* Влияние новых информационнокоммуникационных технологий на гражданский и политический активизм: «линии напряжения» дискуссионного поля // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2021. – № 6 (166). – С. 4–27.
6. *Беляев В.А.* Отечественная интеллигенция и ее роль в политике. – Казань: Издательство Казанского университета, 2005. – 41 с.
7. *Борисов И.Б.* Конец доцифровой эпохи политических процессов // Гражданин. Выборы. Власть. – 2021. – № 1. – С. 124–139.
8. *Волкова Н.В., Дудочников А.И.* Анализ влияния экономических кризисов на электоральное поведение граждан в период выборов в европейских государствах // Казанский экономический вестник. – 2018. – № 4 (36). – С. 109–114.
9. Сайт Центральной избирательной комиссии РФ. – URL: <http://www.cikrf.ru/?ref=vc.ru> (дата обращения: 30.04.2023).

ЦИРКУЛЯЦИЯ СЛУХОВ И ДОВЕРИЕ МОЛОДЁЖИ В СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛОВИЯХ

Емельянов Игорь Викторович

Тюменский филиал Уральского государственного университета путей сообщения,
Тюмень, Россия

Аннотация. В статье рассматривается феномен слухов и его циркуляция в молодёжной среде в современных информационных условиях. Рассмотрены теоретические аспекты, связанные с определением слухов, их жизненным циклом и выполняемыми в обществе функциями. Приведены результаты социологического исследования, в ходе которого были выявлены приоритетные источники информации, используемые молодыми людьми для получения актуальной информации, определена степень доверия к ним. Также было представлено систематизированное понимание респондентами феномена слухов, охарактеризовано их отношение к данному феномену.

Ключевые слова: слухи, доверие, молодёжь, СМИ, информационная среда, социум, интернет.

Обобщая существующие в научной литературе подходы, под слухом следует понимать информацию, циркулирующую в социальной среде без надежного подтверждения ее достоверности, объектом которой являются социальные факты, обладающие свойствами неопределенности и важности. Ученые, посвятившие свои труды данной проблематике, обращают внимание на различные ее аспекты (функции, роли, способы передачи т.д.), однако схожесть их взглядов проявляется в том, что слухи определяются как коллективная деятельность по освоению, интерпретации нестандартной ситуации. В большинстве случаев она предполагает систему ролей для рационализации, извлечения смыслов из окружения. При этом степень разнородности слухов зависит от демографической, классовой, пространственной принадлежности индивидов – носителей слухов, от их психоэмоционального состояния, духовных, нравственных, политических установок и ряда других особенностей.

Необходимо отметить, что слух как социальный феномен имеет свой собственный жизненный цикл, который состоит из нескольких стадий [2, с. 109]:

1. Зарождение слуха – создание слуха может быть процессом запланированным (например, с целью управления общественным мнением перед выборами) или возникать случайно (обычно в ситуации турбулентной внешней среды).

2. Распространение слуха – перемещение слуха чрезвычайно важное свойство. Оно возможно только при наличии непосредственной коммуникации, эмоциональной близости акторов. Однако следует заметить, что с появлением средств массовой коммуникации (особенно сети интернет) роль данного фактора существенно снижается.

3. Стадия контроля – завершающий этап в процессе циркулирования слуха. Он может происходить естественно, то есть слух погибает в виду снижения интереса к нему либо искусственно, когда гибель слуха наступает при правильном проведении компании по их опровержению.

На ранних стадиях зарождения и циркуляции слухов коммуниканты нередко высказывают диаметрально противоположные суждения относительно различных событий действительности. Появление и распространение слухов и сплетен, направлено на снижение этой разнородности во мнениях, устранение чувства неопределенности, тревоги. Именно благодаря появлению слухов у социальных групп и общностей возникают общие чувства, эмоции, настроения. При этом носители слуха могут увеличивать свое количество с течением времени или наоборот – отстраняться от него, не интересуясь развитием ситуации.

Сопоставляя, слухи и общественное мнение следует отметить их различия в сути и выполняемых функциях (прежде всего, информационная и оценочная), степени институционализации. Слухи в данном контексте не являются феноменом институционализированным, это «при-

митивная форма» общественного мнения, а сформированное общественное мнение выступает в роли полноценно функционирующего социального института.

С целью выявления особенностей возникновения и циркуляции слухов в молодёжной среде, автором было инициировано и реализовано социологическое исследование. В число исследовательских задач вошло: выявить приоритетные источники информации, используемые для получения актуальной информации, определить степень доверия к ним; определить понимание респондентами феномена слухов, их отношение к данному феномену.

Решение поставленных задач осуществлялось при помощи анкетного опроса. Объектом исследования выступила молодёжь города Тюмени. Являясь крупной социально-демографической группой, молодёжь обладает рядом особенностей. Для молодых людей характерен высокий уровень мобильности, интеллектуальной активности, вовлечённость в текущие социально-экономические и политические процессы. Кроме того, молодые люди являются активными пользователями Интернета, что было очень важно для нашего исследования.

Для отбора респондентов, с учётом применяемого метода, использовалась потоковая выборка, которая представляет собой подход, основанный на использовании интернета для отбора респондентов. Фактически – это основанная на согласии интернет-пользователей техника отбора [4, с. 32–35.], которая исторически является видом конформной выборки. В нашем случае основными каналами для рекрутинга респондентов выступили социальные сети. Несмотря на то, что подобную выборку нельзя назвать репрезентативной, её реализация позволила нам сформировать общее представление о проблеме, что вполне соотносится с форматом пилотажного исследования. Всего в опросе приняло участие 384 респондента. Приведём основные результаты исследования.

Для получения актуальной информации респонденты используют самые разнообразные источники. Наиболее значимым ожидаемо оказался Интернет. Такие источники как «Новостные сайты в интернете» и «Форумы, блоги, сайты социальных сетей», как используемые часто, отметили почти две трети респондентов, а ещё около трети указали, что используют их время от времени. Тех, кто этими источниками не пользуется, оказалось незначительное количество: в первом случае около 10 %, во втором – менее 5 %.

Другим важным источником оказалось ближайшее окружение респондентов – 41,1 % пользуются им часто, а 50 % – время от времени. В наши дни процесс коммуникации с друзьями, знакомыми, родственниками существенно облегчен за счёт, опять же, мобильных устройств (социальных сетей и мессенджеров). Сегодня с близким человеком можно выйти на связь одинаково легко и быстро в независимости от географического местоположения.

Несмотря на бурное развитие Интернета, телевидение по-прежнему остаётся значимым источником информации. По результатам нашего исследования две трети респондентов смотрят телевизор часто или время от времени (23,7 % и 44,3 % соответственно). Здесь, по сравнению с Интернетом наблюдается смещение респондентов в сторону периодического использования данного источника. Печатная пресса и радио оказались наименее востребованными источниками информации. Здесь ситуация ровно противоположная интернет-источникам. Активно читают и слушают только 5,2 и 7,5 % молодых людей, а совсем не используют эти источники почти две трети ответивших.

Характер использования рассмотренных источников прямо коррелирует с доверием к ним. Об этом свидетельствуют данные ответов на следующий вопрос анкеты. Печатной прессе (газетам и журналам) доверяет – 15,7 %, телевидению – 34,8 %, радио – 12,4 %, новостным сайтам в интернете – 67,6 %, социальным сетям (форумам, блогам) – 50,5 %, а друзьям, знакомым, родственникам – 35,7 %. В варианте «другое» респонденты довольно часто указывали, что никаким источникам не следует доверять, всё нужно перепроверять самостоятельно. В единичных случаях, на источники, вызывающие доверия указывали на книги. Примечательно, что респонденты женского пола чаще доверяют телевидению, а мужчины форумам, блогам, сайтам социальных сетей.

Среди источников, распространяющих слухи чаще всего, самыми активными являются: интернет и люди, окружающие респондентов в ежедневных социальных практиках (коллеги,

соседи, приятели и друзья, а также посторонние люди в общественных местах). Меньше всего, по мнению опрошенных, слухи распространяются в семье (табл. 1).

Таблица 1

Мнение респондентов относительно того, кто или что чаще всего является источником слухов

	Часто	Время от времени	Редко	Никогда
1. Интернет	73,3	20,5	5,6	0,5
2. Телевидение	43,4	35,2	21,4	0
3. Газеты и журналы	43,3	32,5	22,7	1,5
4. Радио	21,9	40,3	34,2	3,6
5. Коллеги	72,2	20,1	7,7	0
6. Соседи	67	20,3	9,1	3,6
7. приятели и друзья	52,3	33,3	13,3	1
8. Посторонние люди	60,2	21,9	13,3	4,6
9. В семье	14,6	31,8	42,2	11,5

Полученные результаты можно объяснить различной степенью ответственности, которую информационный источник несёт перед людьми и обществом. Семья в нашей стране традиционно является носителем консервативных ценностей, что сказывается и на характере коммуникаций, происходящих в рамках этого института. Ответственность за слова и действия друг перед другом между членами семьи несоизмеримо выше, чем, например ответственность людей в Интернете, где многие сообщения оставляются анонимно. Что касается радио, то здесь низкий уровень распространения слухов, по мнению респондентов, можно объяснить относительной нейтральностью информации – большинство каналов современных радиостанций в основном транслирует музыкальный контент.

Какой же смысл современная молодёжь вкладывает в понятие «слух»? Соответствующий вопрос анкеты носил открытый характер и предоставлял возможность указать собственное определение слуха. Анализ всех высказываний респондентов позволил нам выделить ряд различающихся между собой групп ответов.

К первой группе можно отнести высказывания, связанные с достоверностью информации передаваемой посредством слухов и указывающие на её ложность или правдивость. Это наиболее распространённая группа ответов. Наиболее типичными высказываниями этой группы являются следующие: *«додуманная, приукрашенная, правдивая история», «информация, достоверность которой не известна», «информация, переходящая от человека к человеку, редко бывает правдивой», «враньё», «ложная информация, не имеющая веских доказательств», «болтовня завистников», «информация, частично правдивая и в большей степени искажённая, дополненная вымышленными деталями».*

Вторая выделенная нами условная группа ответов связана с неопределённостью источника информации. Здесь респонденты делали акцент на том, что авторство слуха практически невозможно определить. Проиллюстрируем эту немногочисленную группу двумя высказываниями: *«информация из третьих рук», «глухой телефон, каждый добавит от себя или исказит полученную информацию, при передаче следующему».*

Высказывания третьей группы акцентированы на скорости распространения слухов: *«слухи – информация, которая распространяется с невероятной скоростью, но её достоверность далеко не всегда высока», «быстро распространяемая неподтверждённая ничем информация», «информация, которая с большой скоростью передаётся от человека к человеку».*

Ряд определений, данных респондентами, отличались обстоятельностью, системностью и последовательностью. Это может свидетельствовать о серьёзном подходе отдельных участников опроса к проблеме слухов. Вероятно, сфера деятельности таких респондентов

связана с социально-гуманитарной сферой. Нами было решено выделить такие ответы в отдельную, четвёртую группу: *«информация, передаваемая от одного человека к другому. Зачастую, чем через большее количество людей прошла информация, тем более эта информация искажается, так как от каждого нового человека она принимает свои поправки в виде его личного мнения, гиперболизации или преуменьшения фактов и неполного усвоения информации от предыдущего носителя», «недостовверная информация, передаваемая от человека к человеку с использованием различных каналов коммуникации, искажённая в процессе передачи».*

Большинство определений, с которыми нам пришлось столкнуться в ходе анализа рассматриваемого вопроса, носило негативный оттенок. В то же время встречались и нейтральные определения слухов, которые вошли в пятую группу: *«слух – это метод общения в жизни», «слух – это информация, которую передают одни люди, другим», «один из видов коммуникации».*

Одно из определений слухов принадлежит Т. Шибутани и гласит, что это *«циркулирующая форма коммуникации, с помощью которой люди, находясь в неоднозначной ситуации, объединяются, создавая разумную ее интерпретацию, сообщая используя при этом свои интеллектуальные потенции»* [5]. Данное определение акцентирует внимание на то, что слухи являются продуктом коллективного «творчества». Именно этот аспект стал основанием для выделения шестой группы ответов: *«глухой телефон, каждый добавит от себя или исказит полученную информацию, при передаче следующему», «кто-то сказал, другие подхватили, слегка приврали», «слухи – эффект "глухого телефона"». Так как у каждого человека своё восприятия, свой "зрительный угол", то каждый описывает немного не так, как другой. И этот эффект накладывается друг на друга, и новость может оказаться совсем не такой, какой была изначально», «переход каких-то новостей или фактов от человека к человеку. Но в ходе этих переходов их правдивость искажается – это и есть слух», «слух – это то, что на слуху у всех, и миллион раз перефразировано, как через "сарафанное радио", до тебя дойдёт, но не со всеми подробностями, а если и со всеми, то не особо правдивыми».*

Седьмая группа ответов связана с масштабностью слухов. Часть высказываний этой группы связана с социальной значимостью изучаемого явления, другая – подчёркивает её бытовой характер. *«информация передающаяся от человека к человеку и касающаяся социально значимой информации», «Социально-экономическая информация, передающаяся устно и не освещаемая в СМИ, чаще всего недостоверная и в процессе передачи изменяющаяся», «слухи – вещи, придуманные простым обывателем, являющиеся ложными, не имеющими под собой аргументации, догадки», «неподтверждённая информация, передающаяся из уст в уста».*

К восьмой группе мы отнесли высказывания, указывающие на социально-психологические особенности источников формирования слухов: *«недалёкие люди получая какую либо информацию перефразируют её в более интересную для изложения форму и рассказывая это окружающим привлекают к себе внимание», «циркулирующая информация, которой сложно не поделиться. Обычно возникает в условиях информационного вакуума, выполняя смыслообразующую роль для людей, давая определённую и оправдывая переживания».*

В ходе нашего исследования отдельные респонденты, определяя понятие слуха опирались на пословицы и поговорки. С точки зрения культурологической науки пословицы и поговорки представляют собой единицы, репрезентирующих национальную картину мира лингвокультурного сообщества. В рамках многих современных исследований пословицы и поговорки рассматриваются как тексты прецедентного характера, имеющие культурную значимость и содержащие имплицитную информацию, кодируемую на разных языковых уровнях [1]. Ответы в форме пословиц и поговорок были выделены нами в девятую группу: *«одна баба сказала...», «слышу звон, да не знаю где он», «слухом земля полнится», «слухи обязательно нужно проверять, а не доверять».*

В следующем вопросе респонденты указали на частоту, с которой они сталкиваются с бытовыми слухами. Распределение ответов показывают, что категоричные варианты «очень часто» и «редко» выбирало относительно небольшое количество респондентов – 16,9 % и 10,8 %. В то же время варианты «довольно часто» и «время от времени» выбрали 35,9 и 36,4 % соответственно.

Чаще всего бытовые слухи, по мнению респондентов, связаны с личной жизнью знакомых, друзей – это вариант соответствующего вопроса отметили 68,9 % респондентов. Личная жизнь известных медийных личностей, как и события в политической жизни выбрали около трети участников опроса (35,6 % и 32 % соответственно). Следом в рейтинге ответов идут события в социально-экономической сфере (22,2 %). Реже всего слухи касаются событий криминального характера и прогноза погоды (13,3 % и 15,1 %). Общая сумма процентов представленных ответов превышает 100 %, поскольку респонденты могли выбрать не более 2-х вариантов ответов.

Несмотря на негативный «имидж» слухов как средства коммуникации, большинство участников опроса указывают, что чаще всего им приходится сталкиваться с относительно достоверными слухами (65,5 %). Вариант «близкими к действительности» выбрали 11,3 %, а «просто недостоверными» – 19,6 %. Всего 3,6 % указало что встречаются с абсолютно недостоверными слухами. Приведённые данные показывают, что существует значительный диссонанс между тем, как люди воспринимают слухи и их фактической достоверностью.

Важной задачей в рамках количественного исследования было выявление причин появления и распространения бытовых слухов. Для этого в анкете был сформулирован соответствующий вопрос. Ответы показывают, что слухи являются важнейшим средством коммуникации, поскольку практически все предложенные для оценки причины были отмечены респондентами как «значительные» или «очень значительные» (таблица 2).

Таблица 2

Оценка респондентами значительности для современного общества различных позиций относительно причин появления и распространения бытовых слухов

	Очень значительна	Значительна	Малозначительна	Незначительна
1. Для многих это способ самовыражения, который позволяет привлечь к себе внимание.	20,3	43,8	27,1	8,9
2. Доверчивость значительной части людей является хорошей средой для распространения слухов	37,2	41,4	13,6	7,9
3. Люди подсознательно пытаются восполнить недостаток информации путём обсуждения определённых проблем	32,3	45,8	16,7	5,2
4. Социально-экономические проблемы способствуют появлению и распространению различных слухов среди населения	32,8	46,6	15,3	5,3
5. Люди часто используют слухи для того, чтобы завести или поддержать разговор, т. е. это один из способов коммуникации	31,4	36,7	23,9	8,0

Примечательно, что многие из респондентов сами являются причиной циркуляции слухов. Так, отвечая на вопрос «Замечали ли Вы за собой факты распространения слухов?», подавляющее большинство (76,8 %) отметили, что «Иногда такое непроизвольно случается». Пятая часть (20,1 %) указали, что всегда следят за тем, что говорят и стараются озвучить только проверенные факты. Были и те, кто признался, что распространяет слухи часто – вариант «... Я люблю «посплетничать» и обсудить слухи и ничего плохого в этом не вижу» отметили 3,1 % респондентов.

Отвечая на вопрос об опасности бытовых слухов, более половины респондентов (54,1 %) указали, что всё зависит от ситуации и от людей, среди которых слухи распространяются. 38,8 % считают, что они безусловно опасны, т. к. могут привести к конфликтам, испортить репутацию человека и т.п. Лишь 7,7 % указали, что слухи в основном безопасны.

Проблема государственной цензуры в последнее время является одной из самых обсуждаемых в российском информационном пространстве. Интернет-цензура – это контроль или запрещение материалов, которые кто-либо может публиковать в Интернете или скачивать из него. Интернет-цензура имеет ту же юридическую основу, что и цензура печати. Основное же её отличие заключается в том, что национальные границы Сети размыты: жители страны, в которой та или иная информация запрещена (если она не фильтруется), могут найти её на web-сайтах, расположенных на серверах в других странах. Полностью подвергнуть Интернет цензуре очень сложно в силу самой природы Глобальной сети. Использование псевдонимов и наличие в Интернете так называемых бухт данных не позволяют стопроцентно идентифицировать принадлежность (авторство) контента и физически удалить его.

Сегодня вопрос о том, допустима ли цензура высказываний политического характера в Интернете, обсуждается очень бурно. Однако первый запрет на контент в Интернете был инициирован отнюдь не тоталитарным правительством. О том, что необходимо контролировать данные в Сети, первыми заговорили родители и педагоги, обеспокоенные тем, что оскорбительный интернет-контент может нанести вред детям.

С целью выявления мнения современной молодёжи относительно необходимости государственной цензуры в СМИ и Интернете, в анкете им был предложен соответствующий вопрос. Распределение ответов показывает, что 43,2 % допускают частичную цензуру, связанную с социально значимыми проблемами, а ещё 19,1 % считают цензуру необходимой. Полученные результаты оказались сопоставимыми с опросами проводимыми федеральными исследовательскими центрами по репрезентативным общероссийским выборкам. Так, в ноябре 2016 года в исследовании, проведённом «Левада-центром» Почти две трети россиян (60 %), заявили о необходимости цензуры в интернете [3].

Подводя итог, можно отметить, ряд важных моментов. Для получения актуальной информации респонденты используют разнообразные источники. Наиболее значимым ожидаемо оказался Интернет. Он же является и основным каналом получения респондентами слухов. Другим важным источником слухов является ближайшее окружение респондентов. В наибольшей степени молодые люди проявляют интерес к событиям, происходящим в искусстве и культуре, политике, науке и технике. В меньшей степени заинтересованность проявляется в сферах экономики и спорта.

Характеризуя содержательное наполнение понятия «слух» респонденты высказывали разнообразные точки зрения. Обобщив и систематизировав их, мы выделили девять основных акцентов, имевших место при характеристике рассматриваемого феномена:

- достоверность информации, передаваемой посредством слухов (ложность или правдивость). Это самый распространённый подход;
- неопределённость источника информации;
- скорость распространения слухов;
- обстоятельность, системность и последовательность при характеристике слухов, учёт разнообразных характеристик слухов;
- субъективность восприятия слухов (негатив, нейтральное отношение, редко – позитив);
- слухи как продукт коллективного «творчества»;

- степень масштабности слухов (бытовые, социально значимые);
- социально-психологические особенности источников формирования слухов;
- определения понятие слуха при помощи пословиц и поговорок.

Таким образом, мы обнаружили, что изучаемое нами понятие в общественном мнении имеет самые разнообразные коннотации и тем самым подтвердили нашу исследовательскую гипотезу относительно того, что понятие слуха размыто и не имеет чётких границ в субъективном семантическом пространстве современной молодёжи.

Литература

1. *Бабиян Т.В.* Пословицы и поговорки как средства репрезентации лингвокультурных реалий // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – № 10 (76) – С. 48–50.
2. *Дмитриев А.В.* Неформальная политическая коммуникация. – Москва: Росспэн, 1997. – 200 с.
3. Общественно-политическое издание «Новая газета». – URL: <https://www.novayagazeta.ru/news/2016/11/18/126695-levada-tsentr-60-rossiyan-podderzhali-tsenzuru-v-internete> (дата обращения: 04.05.2023).
4. Отчёт рабочей группы ААРОР о неслучайных выборках. – М.: Общероссийский общественный фонд «Общественное мнение», 2016. – 170 с.
5. *Шибутани Т.* Хрестоматия. Импровизированные новости: социологическое исследование слухов. – URL: http://www.sapanet.ru/UMM_1/2483/7_7.htm (дата обращения: 04.05.2023).

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ МНОГОУРОВНЕВОЙ ЦИФРОВОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ МОЛОДЁЖИ

Закиров Аяз Маратович

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В данной работе формирование многоуровневой цифровой компетентности молодёжи рассмотрено как результат ее цифровой социализации. Сформулированы возможности и риски формирования каждого из четырех уровней цифровой компетентности молодёжи – медиакомпетентность, коммуникационная компетентность, техническая компетентность, потребительская компетентность. Разработаны рамочные рекомендации формирования цифровой компетентности молодёжи на каждом из четырёх уровней.

Ключевые слова: цифровая социализация, цифровая компетентность, медиакомпетентность, коммуникационная компетентность, техническая компетентность, потребительская компетентность.

В современном обществе, где всеобщая цифровизация проникает во все аспекты жизни, социализация людей происходит в новых условиях. Количество интернет-пользователей в России к осени 2022 года составляет около 130 миллионов человек, что примерно равно 90 % населения. В свою очередь, вклад интернета в экономику Российской Федерации в 2021 году оценивается в 9,5 трлн рублей. На текущий момент Россия занимает шестое место среди ведущих стран по доступности интернета [6].

Изучение различных аспектов цифровой социализации молодёжи в России, поколения, которое выросло вместе с быстрым развитием кибертехнологий, имеет важное значение для современной науки. Современная молодёжь активно использует интернет в качестве пространства, где они могут высказываться, устанавливать отношения, обсуждать проблемы, работать, учиться и осваивать новые модели поведения [1]. В отличие от традиционных агентов социализации, таких как семья и школа, которые придают социальному развитию человека целенаправленный и контролируемый характер, интернет вносит в процесс социализации элементы спонтанности и неуправляемости [1]. Когда молодые люди взаимодействуют в он-

лайн-среде, они начинают принимать ценности и нормы, присущие сетевому сообществу, которое характеризуется размытыми правилами и границами, не имеющими прочной социокультурной основы и традиций. В связи с этим, исследования, посвященные изучению особенностей процесса цифровой социализации молодежи и формированию цифровой компетентности в результате этого процесса, являются актуальными [1].

Цель исследования – разработать рамочные рекомендации формирования цифровой компетентности молодежи на четырех уровнях – медиакомпетентность, коммуникационная компетентность, техническая компетентность, потребительская компетентность.

Задачи исследования:

- изучить теоретические аспекты цифровой социализации и компетентности молодежи;
- определить особенности, риски и возможности формирования четырех уровней цифровой компетентности молодежи;
- сформулировать рекомендации по формированию четырех уровней цифровой компетентности молодежи.

В качестве методов исследования были применены метод наблюдения, компаративный анализ, метод синтеза и систематизации данных.

В первую очередь дадим опеределения двум ключевым понятиям в рамках нашего исследования – цифровая социализация и цифровая компетентность.

Когда мы рассматриваем процесс социализации личности в цифровом пространстве, наиболее сходную позицию с нашим пониманием этого феномена представляет Г.У. Солдатова, которая использует термин «цифровая социализация» для описания процесса «овладения и присвоения человеком социального опыта, приобретаемого в онлайн-контекстах, воспроизводства этого опыта в смешанной офлайн / онлайн-реальности и формирующего его цифровую личность как часть реальной личности» [3].

Фактическим результатом цифровой социализации можно считать формирование у индивида цифровой компетентности, под которой можно понимать «гибкое поведение в ситуациях, связанных с применением новых технологий, а также навыки анализа, отбора и критической оценки данных и информации, использования технологического потенциала для представления и решения проблем, создания и распространения нового знания на основе сотрудничества, включая рост информированности о личной ответственности и уважения взаимных прав и обязанностей» [2].

В ходе цифровой социализации молодежи происходит формирование четырех уровней цифровой компетентности, которые включают:

– медиакомпетентность (информационная компетентность), которая связана с умением осуществлять грамотный поиск, понимание и критический анализ цифровой информации, а также создание материалов с использованием различных цифровых ресурсов (текстовых, визуальных, аудио и видео).

– коммуникационная компетентность, которая включает знания, умения и навыки, необходимые для эффективного взаимодействия в онлайн-коммуникациях в различных сферах (электронная почта, веб-сайты, блоги, социальные сети, форумы и т. д.) без причинения вреда себе или собеседнику.

– техническая компетентность, которая позволяет безопасно и эффективно использовать информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) для решения различных задач.

– потребительская компетентность, которая включает знания, умения и навыки, необходимые для успешного и безопасного использования ИКТ при решении повседневных потребительских задач.

Рассмотрим возможности формирования каждого из видовой цифровой компетентности молодежи.

Формирование информационной компетентности как одного из уровней цифровой социализации молодежи открывает широкие возможности и преимущества. Информационная компетентность, также известная как медиакомпетентность, представляет собой способность эффективно искать, понимать, критически анализировать и создавать цифровую информацию

в различных медиаформатах. Вот некоторые подробные возможности и преимущества формирования информационной компетентности.

1. Доступ к знаниям и информации. Развитие информационной компетентности предоставляет молодым людям инструменты для доступа к огромному количеству знаний и информации, доступных в цифровых форматах. Они могут исследовать различные онлайн-платформы, базы данных и ресурсы, чтобы найти информацию, имеющую отношение к их интересам, учебе или личному росту. Научившись искать, оценивать и систематизировать информацию, молодые люди могут использовать возможности Интернета для расширения своих знаний и получения информации.

2. Медиаграмотность. Формирование информационной компетентности способствует развитию медиаграмотности, которая включает в себя способность понимать и интерпретировать различные медиаформаты. Молодые люди учатся эффективно ориентироваться в текстовых, визуальных, аудио- и видеоресурсах. Они понимают, как сообщения СМИ создаются, распространяются и зависят от различных факторов. Медиаграмотность позволяет им критически воспринимать медиаконтент, различать пропаганду и манипуляции, а также ответственно и осознанно взаимодействовать со СМИ.

3. Цифровое гражданство. Информационная компетентность способствует развитию ответственного цифрового гражданства. Молодые люди узнают о своих правах и обязанностях в цифровом мире. Они понимают такие понятия, как конфиденциальность в Интернете, безопасность данных, цифровой этикет и авторское право. Приобретая информационную компетентность, они становятся этическими цифровыми гражданами, которые уважают права интеллектуальной собственности, участвуют в уважительном онлайн-взаимодействии и защищают свою личную информацию.

4. Творческое самовыражение. Информационная компетентность позволяет молодым людям творчески выражать себя, используя различные цифровые ресурсы. Они могут создавать и делиться своим собственным контентом, таким как блоги, видео, подкасты или иллюстрации, используя цифровые инструменты и платформы. Это поощряет их творческое мышление, способность решать проблемы и самовыражение. Благодаря творческим усилиям они могут вносить свой вклад в онлайн-сообщества, общаться с единомышленниками и развивать свою цифровую идентичность.

Формирование информационной компетентности как одного из уровней цифровой социализации молодёжи открывает многочисленные возможности и преимущества. Он обеспечивает доступ к знаниям и информации, развивает навыки критического мышления и оценки, способствует медиаграмотности и цифровой гражданственности, поощряет творческое самовыражение, способствует обучению на протяжении всей жизни, расширяет возможности участия и повышает успехи в учебе.

Развитие коммуникативной компетенции как одного из уровней цифровой социализации молодёжи открывает широкие возможности и преимущества. Коммуникативная компетентность в цифровой сфере включает в себя знания, навыки и умения, необходимые для эффективного взаимодействия в онлайн-коммуникациях на различных платформах, таких как электронная почта, веб-сайты, блоги, социальные сети и форумы, обеспечивая при этом благополучие как самого себя, так и окружающих. Вот подробные объяснения возможностей и преимуществ развития коммуникативной компетенции у молодых людей.

1. Эффективное и уважительное общение. Развитие коммуникативной компетенции вооружает молодых людей навыками эффективного и уважительного онлайн-общения. Они учатся выражать свои мысли, идеи и эмоции ясно и уместно. Они понимают важность активного слушания, сопереживания и понимания различных точек зрения. Коммуникативная компетентность позволяет им участвовать в конструктивных дискуссиях, мирно разрешать конфликты и строить позитивные отношения в цифровой сфере.

2. Сотрудничество и командная работа. Коммуникативные навыки способствуют сотрудничеству и командной работе среди молодых людей в цифровом пространстве. Они учатся эффективно работать с другими, будь то совместное создание контента, участие в группо-

вых проектах или сотрудничестве для достижения общих целей. Освоив инструменты и стратегии коммуникации, они могут координировать задачи, обмениваться идеями и вносить свой вклад в коллективные усилия. Это способствует развитию навыков командной работы, сотрудничества и коллективного решения проблем.

3. *Межкультурная коммуникация и глобальные связи.* Развитие коммуникативной компетенции позволяет молодым людям участвовать в межкультурной коммуникации и устанавливать глобальные связи. Они могут взаимодействовать с людьми из разных культур, обмениваться идеями и узнавать о разных точках зрения. Это способствует культурному пониманию, сопереживанию и оценке разнообразия. Благодаря глобальным связям они расширяют свой кругозор, приобретают международные перспективы и строят межкультурные отношения.

4. *Расширение прав и возможностей и самовыражение.* Коммуникабельность позволяет молодым людям достоверно и уверенно выражать себя в цифровом пространстве. Они могут использовать различные средства коммуникации, такие как письма, визуальные материалы, видео или подкасты, чтобы делиться своими идеями, творчеством и талантами. Это способствует самовыражению, укрепляет уверенность в себе и позволяет найти свой голос в онлайн-мире. Коммуникационная компетентность позволяет им использовать цифровые платформы в качестве средств самовыражения и личностного роста.

Формирование коммуникативной компетенции как одного из уровней цифровой социализации молодых людей предлагает множество возможностей и преимуществ. Это обеспечивает эффективное и уважительное общение, способствует сотрудничеству и командной работе, облегчает межкультурные связи, культивирует цифровое гражданство и о сетевой безопасности, развивает медийную грамотность и навыки критического мышления, расширяет возможности самовыражения, создает сетевые и профессиональные возможности, а также способствует защите интересов и активности.

Развитие технических компетенций как один из уровней цифровой социализации молодых людей несет в себе многочисленные возможности и преимущества. Техническая компетентность относится к способности безопасно и эффективно использовать информационные и коммуникационные технологии (ИКТ) для решения различных задач. Он включает в себя умение использовать аппаратные устройства, программные приложения, онлайн-платформы и цифровые инструменты. Вот подробные объяснения возможностей и преимуществ развития технических навыков у молодых людей.

1. *Эффективное управление задачами.* Развитие технических навыков позволяет молодым людям эффективно управлять задачами с помощью инструментов ИКТ. Они учатся использовать приложения для повышения производительности, программное обеспечение для управления проектами и цифровые рабочие процессы, что позволяет им организовывать, расставлять приоритеты и оптимизировать свою деятельность. Это повышает их производительность, навыки управления временем и общую эффективность как в личной, так и в профессиональной сфере.

2. *Креативность и инновации.* Техническая компетентность побуждает молодых людей исследовать свой творческий потенциал с помощью цифровых инструментов. Они могут заниматься созданием цифрового контента, например, графическим дизайном, производством мультимедиа, кодированием и программированием. Используя технологии, они могут выражать свои творческие способности, разрабатывать инновационные решения и исследовать новые возможности для самовыражения и предпринимательских начинаний.

3. *Управление данными и информационная безопасность.* Развитие технической компетенции включает в себя понимание методов управления данными и информационной безопасности. Молодые люди учатся ответственно обращаться с цифровой информацией и защищать ее, включая личные данные и конфиденциальную информацию. Они приобретают знания о конфиденциальности данных, шифровании, управлении паролями и безопасных онлайн-практиках, сводя к минимуму риски киберугроз и обеспечивая безопасность своего цифрового следа.

4. Готовность к карьере. Техническая компетентность готовит молодых людей к рынку труда, ориентированному на цифровые технологии. Владение технологиями и ИКТ все больше ценится работодателями в различных отраслях. Развивая техническую компетентность, молодые люди получают конкурентное преимущество на рынке труда, поскольку они обладают навыками, необходимыми для эффективного использования цифровых инструментов, адаптации к новым технологиям и использования новых тенденций для профессионального успеха.

Развитие технической компетентности как одного из уровней цифровой социализации молодёжи предлагает многочисленные возможности и преимущества. Он повышает цифровую грамотность, навыки решения проблем, эффективность управления задачами, креативность, сотрудничество, управление данными и готовит их к цифровому рынку труда.

Формирование потребительской компетентности как одного из уровней цифровой социализации молодёжи таит в себе многочисленные возможности и преимущества. Потребительской компетентность в цифровой сфере относится к знаниям, навыкам и способностям, необходимым для успешного и безопасного использования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) при решении повседневных профессиональных задач в различных областях. Вот подробные объяснения возможностей и преимуществ формирования потребительской компетентности у молодых людей:

1. Расширенные карьерные возможности. Развитие потребительской компетентности в цифровой среде расширяет карьерные возможности, доступные для молодых людей. Обладая навыками использования инструментов и платформ ИКТ, соответствующих их желаемой области, они получают конкурентное преимущество на рынке труда. Они могут эффективно использовать цифровые ресурсы для поиска работы, создания сетей и профессионального развития, стремясь к успеху в выбранной ими карьере.

2. Эффективный рабочий процесс и производительность. Потребительской компетентность вооружает молодых людей навыками оптимизации рабочего процесса и повышения производительности. Они учатся использовать цифровые инструменты, программные приложения и онлайн-платформы, которые оптимизируют задачи, автоматизируют процессы и повышают эффективность. Эффективно используя ИКТ, они могут более эффективно управлять своим временем, ресурсами и обязанностями, повышая свою производительность и достигая лучшего баланса между работой и личной жизнью.

3. Удаленная работа и гибкость. Формирование потребительской компетентности позволяет молодым людям адаптироваться к удаленной работе и гибкому графику работы. Обладая необходимыми навыками в области ИКТ, они могут эффективно сотрудничать с коллегами и клиентами, безопасно получать доступ к рабочей информации и выполнять задачи удаленно. Эта гибкость позволяет увеличить баланс между работой и личной жизнью и открывает возможности для удаленной работы или внештатной работы в эпоху цифровых технологий.

4. Решение проблем и принятие решений. Развитие потребительской компетентности способствует развитию навыков решения проблем и принятия решений. Молодые люди учатся выявлять и анализировать профессиональные проблемы, использовать цифровые ресурсы для исследований и анализа и применять критическое мышление для поиска эффективных решений. Эта способность ориентироваться и использовать ИКТ для решения проблем дает им возможность решать сложные проблемы, принимать обоснованные решения и вносить положительный вклад в свою профессиональную среду.

Формирование потребительской компетентности как одного из уровней цифровой социализации молодых людей предлагает множество возможностей и преимуществ. Развивая потребительскую компетентность, молодые люди получают все необходимое, чтобы преуспеть в эпоху цифровых технологий, способствуя их профессиональному успеху и личностному росту.

Далее перейдем к определению рекомендаций по безопасному развитию каждого из уровней цифровой компетентности молодёжи.

Формирование информационной компетентности как одного из уровней цифровой социализации играет важнейшую роль в оснащении молодёжи необходимыми навыками и умениями для эффективной навигации в цифровом мире и принятия взвешенных решений. Вот подробные рекомендации по формированию информационной компетентности в рамках цифровой социализации молодёжи.

1. Обучение оценке информации. Предоставление рекомендаций по оценке достоверности и качества цифровой информации. Научите молодых людей критически анализировать полномочия автора, репутацию источника и любые потенциальные предубеждения или планы, которые могут повлиять на представленную информацию. Поощряйте использование нескольких источников для перекрестных ссылок на информацию и развития всестороннего понимания темы.

2. Повышение медиаграмотности. Медиаграмотность является важным компонентом информационной компетентности. Поощряйте молодых людей критически анализировать сообщения СМИ, в том числе те, которые передаются в виде текста, изображений, аудио и видео. Научите их выявлять предвзятость, пропаганду и дезинформацию в различных форматах СМИ. Приведите примеры и примеры из реальной жизни, чтобы помочь им понять влияние СМИ на формирование общественного мнения.

3. Поощряйте этическое использование информации. Подчеркивайте важность этического использования информации и уважения прав интеллектуальной собственности. Расскажите молодым людям о законах об авторском праве, добросовестном использовании и лицензировании Creative Commons. Поощряйте их правильно указывать и цитировать источники при использовании информации или мультимедийных ресурсов от других. Содействовать ответственному и этичному использованию цифрового контента.

4. Участвуйте в создании контента. Поощряйте молодых людей к активному участию в создании собственного цифрового контента. Это может включать в себя написание блогов, создание видео, дизайн графики или запись подкастов. Участвуя в создании контента, они развивают более глубокое понимание проблем и соображений, связанных с эффективной и ответственной передачей информации в цифровом пространстве. Рассмотрим подробные рекомендации по безопасному развитию коммуникативной компетентности.

Формирование информационной компетентности как одного из уровней цифровой социализации молодёжи имеет решающее значение для обеспечения ее возможности эффективно ориентироваться в огромном цифровом ландшафте. Выполняя эти рекомендации, мы можем вооружить молодых людей навыками, знаниями и способностями к критическому мышлению, необходимыми для поиска, понимания и критического анализа цифровой информации, а также ответственного и уверенного создания собственных материалов.

Формирование коммуникативной компетентности как одного из уровней цифровой социализации необходимо молодёжи для эффективной навигации и взаимодействия в онлайн-коммуникациях при сохранении позитивного и уважительного цифрового присутствия. Вот подробные рекомендации по формированию коммуникативной компетенции в рамках цифровой социализации молодых людей.

1. Эффективное письменное общение. Предоставление рекомендаций по эффективному письменному общению в цифровой сфере. Научите молодых людей составлять четкие, краткие и связные сообщения, обращая внимание на грамматику, орфографию и пунктуацию. Поощряйте их логически структурировать свои мысли, использовать соответствующий тон и язык для различных контекстов и адаптировать свой стиль письма к целевой аудитории.

2. Цифровое гражданство. Расскажите молодым людям о концепции цифрового гражданства, которая включает ответственное, этическое и безопасное использование цифровых платформ. Поощряйте их быть внимательными к своему поведению в Интернете, уважать права и неприкосновенность частной жизни других и способствовать позитивному цифровому взаимодействию. Обсудите последствия онлайн-действий и попросите их взять на себя ответственность за свой цифровой след.

3. *Онлайн-сотрудничество и командная работа.* Продвигайте онлайн-сотрудничество и навыки командной работы. Научите молодых людей эффективно сотрудничать с другими через онлайн-платформы, такие как общие документы, инструменты управления проектами и пространства для совместной работы. Поощряйте их вносить конструктивный вклад, уважать различные мнения и активно участвовать в групповых обсуждениях и проектах.

4. *Разрешение конфликтов и цифровые разногласия.* Предоставление рекомендаций по управлению конфликтами и разрешению разногласий в цифровых пространствах. Обучайте молодых людей стратегиям конструктивного диалога, переговоров и компромиссов. Поощряйте их уважительно разрешать конфликты, искать точки соприкосновения и понимать влияние своих слов и действий на онлайн-взаимодействие.

Развитие коммуникативной компетенции в рамках цифровой социализации вооружает молодых людей необходимыми навыками для эффективной и ответственной навигации и участия в онлайн-коммуникациях. Выполняя эти рекомендации, мы можем дать молодым людям возможность уважительно общаться, эффективно сотрудничать и вносить позитивный вклад в цифровое сообщество.

Формирование технической компетентности как одного из уровней цифровой социализации имеет решающее значение для того, чтобы молодые люди могли эффективно и безопасно ориентироваться и использовать информационно-коммуникационные технологии (ИКТ). Вот подробные рекомендации по развитию технической компетентности в рамках цифровой социализации молодых людей.

1. *Владение программным обеспечением.* Поощряйте молодых людей развивать навыки использования различных программных приложений, имеющих отношение к их интересующим или изучаемым областям. Это может включать обработку текстов, электронные таблицы, программное обеспечение для презентаций, инструменты графического дизайна и языки программирования. Предоставляйте возможности для практической практики и руководства для улучшения своих технических навыков.

2. *Управление информацией.* Научите эффективным методам управления информацией, включая организацию файлов и папок, использование облачных хранилищ и решений для резервного копирования, а также создание эффективных рабочих процессов. Направляйте молодых людей в управлении своей цифровой информацией, обеспечении легкого доступа и поддержании безопасности и конфиденциальности данных.

3. *Безопасность и защита в Интернете.* Обучайте молодых людей методам обеспечения безопасности и защиты в Интернете. Расскажите им о безопасных привычках просмотра, важности надежных и уникальных паролей, а также о том, как распознавать и избегать онлайн-угроз, таких как фишинг и вредоносное ПО. Подчеркните необходимость защиты личной информации и конфиденциальности в Интернете.

4. *Решение проблем и устранение неполадок.* Поощряйте навыки решения проблем и устранения неполадок в контексте технологий. Научите молодых людей подходить и решать распространенные технические проблемы, такие как программные сбои, проблемы с подключением и неисправности устройств. Стимулируйте мышление устойчивости и адаптивности перед лицом технологических проблем.

Следует отметить, что развитие технических навыков в рамках цифровой социализации позволяет молодым людям эффективно и безопасно использовать информационные и коммуникационные технологии. Выполняя эти рекомендации, мы можем вооружить их необходимыми техническими навыками и знаниями, чтобы ориентироваться в цифровом мире и адаптироваться к постоянно меняющемуся технологическому ландшафту.

Формирование профессиональной компетентности как одного из уровней цифровой социализации имеет решающее значение для успешного ориентирования молодёжи в цифровом ландшафте и эффективного использования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в различных профессиональных сферах. Вот подробные рекомендации по формированию профессиональных компетенций в рамках цифровой социализации молодёжи.

1. *Определите и изучите профессиональные интересы.* Поощряйте молодых людей к изучению своих профессиональных интересов и устремлений. Помогите им понять, как технологии интегрируются в различные профессиональные области и какую важную роль в этих областях играет цифровая компетентность. Предоставьте ресурсы, приглашенных докладчиков и профориентацию, чтобы помочь им определить потенциальные карьерные пути.

2. *Картирование цифровых навыков.* Помогите молодым людям составить карту их существующих цифровых навыков и определить области для улучшения. Проведите оценки или опросы, чтобы определить текущий уровень цифровой компетентности. Это послужит отправной точкой для создания индивидуальных планов развития с учетом их профессиональных целей.

3. *Целевое обучение и образование.* Предоставляйте целевое обучение и образовательные возможности для развития конкретных цифровых навыков, необходимых в различных профессиональных областях. Предлагайте семинары, онлайн-курсы или партнерские программы с учебными заведениями, чтобы расширить их знания в таких областях, как анализ данных, программирование, цифровой маркетинг, управление проектами или графический дизайн.

4. *Отраслевое программное обеспечение и инструменты.* Познакомьте молодых людей с отраслевым программным обеспечением, инструментами и платформами, имеющими отношение к их карьерным интересам. Познакомьте их с часто используемым программным обеспечением в таких областях, как машиностроение, здравоохранение, финансы или производство медиа. Предоставьте практический опыт и обучение для развития навыков эффективного использования этих инструментов.

Развитие профессиональной компетентности как часть цифровой социализации вооружает молодых людей необходимыми знаниями, навыками и способностями для навигации в цифровом ландшафте и эффективного использования ИКТ в выбранных ими профессиональных областях. Выполняя эти рекомендации, мы можем дать им возможность преуспеть в своей карьере и адаптироваться к постоянно развивающемуся цифровому миру.

Таким образом, в результате цифровой социализации молодёжи, которая включает процесс интеграции молодых пользователей в электронную социокультурную среду, путем освоения коммуникационных технологий, информационной грамотности, навигации в социальных сетях, а также усвоения социальных норм, ценностей и ролевых требований, является формирование у молодых людей четырёх уровней цифровой компетентности – информационной, коммуникационной, технической и потребительской. В исследовании нами были подробно сформулированы как возможности формирования каждого из уровней цифровой компетентности, так и рамочные рекомендации по их формированию.

Благодарность. Исследование выполнено за счет средств субсидии, выделенной Казанскому федеральному университету для выполнения проекта № FZSM-2023-0022 «Цифровая социализация и цифровая компетентность молодежи в условиях глобальных системных изменений: технологии регулирования, риски, сценарии» в рамках государственного задания.

Литература

1. *Айсина Р.М.* Киберсоциализация молодежи в информационно-коммуникационном пространстве современного мира: эффекты и риски / Р.М. Айсина, А.А. Нестерова // Социальная психология и общество. – 2019. – Т. 10. – № 4. – С. 42–57.
2. *Зинич А.В.* Цифровые компетенции молодежи как базис развития экономики будущего / А.В. Зинич, Ю.Н. Ревякина, П.И. Ревякин // Вопросы инновационной экономики. – 2022. – Т. 12. – № 4. – С. 2749–2762.
3. *Солдатова Г.У.* Социально-когнитивная концепция цифровой социализации: новая экосистема и социальная эволюция психики / Г.У. Солдатова, А.Е. Войскунский // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2021. – Т. 18. – № 3. – С. 431–450.

4. *Ишмуратова Д.Ф.* Цифровая грамотность молодежи: анализ отдельных элементов // Теория и практика общественного развития. – 2022. – № 1 (167). – С. 83–86.
5. *Валитова Н.Э.* К вопросу о социализации студенческой молодежи в современной цифровой среде // Казанский социально-гуманитарный вестник. – 2023. – № 2 (59). – С. 4–7.
6. Новостной ресурс «РИА Новости». – URL: <https://ria.ru/20220928/polzovатели-1819992787.html> (дата обращения: 25.04.2023).
7. *Щелкунов М.Д., Николаева Е.М., Ефлова М.Ю., Котляр П.С.* Медиаобразование в высшей школе: особенности, перспективы, риски // Вестник экономики, права и социологии. – 2018. – № 2. – С. 208–213.
8. *Ефлова М.Ю.* Социальное исключение депривированных групп в современном обществе // Вестник экономики, права и социологии. – 2015. – № 1. – С. 190–194.
9. *Ахметшина А.А., Беляев В.А., Максимова О.А.* Воздействие информационных технологий на преемственность и конфликт между реальными и условными поколениями // Вестник экономики, права и социологии. – 2018. – № 3. – С. 134–139.

ДОПОЛНЕННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВОГО НЕРАВЕНСТВА: СЦЕНАРИИ ВКЛЮЧЕНИЯ

Колюшкина Мария Валерьевна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В данной статье представлены результаты эмпирического исследования о значимости развития технологий дополненной реальности для разных категорий граждан, а также о барьерах доступа к технологиям и навыках их использования у пожилых людей.

Ключевые слова: дополненная реальность, цифровое неравенство, информационное общество, цифровизация.

Информационное, или постиндустриальное, общество как одно из исторических фаз развития цивилизации связано не только с появлением таких процессов, как производство, хранение, переработка и реализация информации, но и с формированием у людей способностей к творчеству и использованием большого количества знаний. Происходит изменение не только жизненного строя, но и системы ценностей.

Развитие постиндустриального общества и появление механизмов цифровизации затрагивает практически все сферы социальной жизни. В основе сформированного общества лежит автоматизация, из-за чего участие человека сводится к минимуму: контроль машин. Движущей силой общества становится производство не материального, а информационного продукта. Переход на информационные технологии меняет восприятие людьми окружающего пространства, а также дает возможность быстрее адаптироваться. Развитие тех или иных технологий приводит к удобству использования товаров или услуг, доступ к которым ранее был ограничен. Сейчас же почти каждый гражданин имеет в своем распоряжении смартфон или компьютер, что позволяет не только упростить жизни, но и посмотреть на действительность с совершенно новой стороны.

Несмотря на то, что развитие механизмов цифровизации ускорило и облегчило многие процессы общества, создались условия для появления социального неравенства, которое, в свою очередь, имеет несколько видов. Первая дихотомия состоит в доступности или недоступности к информационным технологиям дополненной реальности. Если такое неравенство менее распространено и решается, то неравенство пользования технологиями в настоящее время более актуальны.

Лучше подготовленные пользователи цифровых технологий получают преимущества перед теми, кто обладает более скромными навыками. Таким образом создается неравенство,

связанное со спецификой пользования технологиями дополненной реальности. Все эти виды можно объединить в одно название – цифровые неравенства.

Каждое цифровое неравенство основывается на уже существующей социальной дифференциации: гендерное, расовое, этническое, неравенство в образовании. Кроме того, формируются и специфические признаки неравенства, которые не совпадают с ранее упомянутыми видами социальной дифференциации. Они, скорее, отражают опыт использования информационных технологий каждого индивида.

Теоретико-методологическим основанием исследования выступает теория трех уровней цифрового неравенства П. Норрис, так как она изучает цифровой разрыв с разных сторон его проявления, начиная от уровня доступности к технологиям и практик их применения и заканчивая социальным положением, на которое непосредственно влияют первые две аспекта цифрового неравенства. А также модель принятия технологий Ф. Дэвиса, которая позволяет изучить факторы, влияющие на удовлетворенность индивидами цифровыми технологиями дополненной реальности. Это субъективная полезность и субъективная простота использования. Первый показатель отражает уровень убежденности индивида в том, что технология, используемая им в личных или профессиональных целях, влияет на его производительность в лучшую сторону. Второй же выражает степень уверенности индивида в том, что ему не придется предпринимать серьезных физических или умственных усилий при использовании цифровой системы.

Эмпирическое исследование представлено результатами анкетирования жителей города Казани и подкреплены результатами полуструктурированных интервью с пожилыми людьми.

Переход общества в информационную сферу во многом связан с внедрением новых технологий, в том числе технологий дополненной реальности, в повседневную жизнь. Однако не все индивиды считают нужным использовать эти технологии. Так, почти 8,5 % опрошенных респондентов не используют GPS-навигаторы или QR-коды. И хотя подавляющее большинство прошло процесс цифровизации (91,5 %), количество неиспользующих остается немалым. Среди них, в основном, можно встретить людей пожилого возраста (60+ лет).

«Я постоянно звоню своему внуку, чтобы он посмотрел маршрут» (информант 3, женщина, 69 лет).

«Если мне куда-то надо, я спрашиваю у дочери. Она показывает мне, как добраться до нужного места» (информант 2, женщина, 76 лет).

Это говорит, с одной стороны, о невозможности самостоятельно использовать необходимые технологии, а, с другой стороны, об отсутствии желания попробовать найти пути решения без посторонней помощи. Еще одним вариантом в данной ситуации является отсутствие технологий, позволяющих использовать дополненную реальность. Несмотря на то, что сейчас большинство людей преклонного возраста имеют хотя бы один гаджет на работе или дома, все же остаются люди, не имеющие смартфонов, планшетов или компьютеров.

Широкое распространение технологий дополненной реальности привело к новым возможностям каждого индивида, начавшего использовать технологии, которые можно было применять в повседневной жизни (88,5 %), а также для работы или учебы (23,5 %).

«QR-коды, да, использую в основном при покупке каких-нибудь вещей, продуктов питания в магазинах, аптеках. Так как сейчас с наличностью сложно. Наличные деньги очень редко бывают» (информант 12, мужчина, 60 лет).

«Я – водитель. Очень часто езжу в межгород, по другим городам. И навигация мне очень необходима для того, чтобы найти какой-нибудь объект. Например, заказчик мне скидывает местоположение. Соответственно, по навигатору я уже нахожу точку, куда мне нужно доехать» (информант 8, мужчина, 66 лет).

Получается, технологии упрощают жизнь индивидов и помогают при той или иной деятельности, повышая уровень производительности пользователей. Если рассмотреть эти данные через модель принятия технологий Дэвиса, то можно заметить, что присутствует субъективная полезность от использования технологий, которая помогает при профессиональной реализации.

Немаловажным для исследования стало изучение трудностей, которые в разной степени влияют на уровень доступности и использования технологий дополненной реальности. Следует отметить, что многие опрошенные не испытывали сложности при работе с технологиями в самом начале, поэтому на вопрос о видах возникающих трудностей ответило только 18,6 % респондентов. Все их варианты ответа можно сгруппировать следующим образом:

– приложения по GPS-навигатору представляют собой сложную систему, требующую неопределенного времени для разбора;

– незнание о том, что QR-коды не требуют отдельного приложения;

– камера мобильного телефона не всегда считывает QR-коды.

В целом, все проблемы легко решаются. Это подтверждают результаты вопроса «Остались ли трудности сейчас?». Подавляющее большинство респондентов отметили, что трудностей нет, а в качестве решения проблем писали об опыте и наблюдении за действиями посторонних, а также о том, что они привыкли к работе приложений, используя несколько попыток, или прибегли к посторонней помощи в лице детей, друзей или знакомых.

Отсутствие чересчур сложных проблем и возможность скорой адаптации к новым технологиям нашли свое подтверждение и в интервью с информантами. Некоторые отмечали, что трудности были незначительными, поэтому самостоятельно решали проблемы:

«Трудностей никаких не возникало» (информант 5, мужчина, 67 лет).

«Ну, нет. Потыкали-потыкали и разобрались» (информант 14, женщина, 69 лет).

Получается, что здесь просматривается субъективная простота технологий. То есть индивидам не приходится предпринимать серьезных физических или умственных усилий при использовании цифровой системы. Они способны без проблем освоить новые технологии.

Однако не все индивиды начинают с легкостью использовать технологии даже после нескольких попыток. Им необходимо не только объяснение или инструкция по использованию, но и постоянное взаимодействие с технологиями дополненной реальности.

«И не один раз мне надо показать. Не один раз объяснить. И это же не только теория, это еще и практика должна быть» (информант 10, женщина, 63 года).

Так, приходится затрачивать время и усилия не только собственные, но и обучающего, в качестве которого могут выступать отдельные индивиды (например, родственники или знакомые) и даже целые организации по обучению цифровыми навыками.

Таким образом, время адаптации к новым технологиям меняется в зависимости от возраста пользователя и его внутренних факторов понимания использования необходимых действий. Молодое поколение, скорее, найдет ответы в сети Интернет или попытается самостоятельно решить проблему – *перезагрузила телефон*, тогда как люди более старшего поколения либо потратят очень много времени, либо перестанут пытаться вовсе, так как не справятся со сложностями.

Также результаты некоторых вопросов позволили сделать выводы о цифровом неравенстве в городе Казань через трехуровневую модель П. Норрис.

Если рассматривать первый уровень П. Норрис, то его основа заключается в доступе к технологиям. При этом доступ неразрывно связан с финансовыми возможностями индивида. Сейчас, по мнению 54 % респондентов, материальные ресурсы находятся на втором месте по уровню влияния на появление цифрового неравенства, поэтому можно сделать вывод о том, что первый уровень цифрового неравенства в городе Казань всё-таки есть, но он затрагивает не самую большую долю индивидов.

Второй уровень цифрового неравенства определяется уровнем владения цифровыми навыками, которые могут быть связаны со многими факторами. Большинство опрошенных считает, что основой фактор – это возраст. Люди старшего поколения чаще всего исключены из цифрового общества. Так считает не только 98,5 % опрошенных, но и некоторые информанты:

«Они могут не успевать догнать, им надо немного больше времени, чтобы все освоить» (информант 9, мужчина, 60 лет).

Рассматривая третий уровень в контексте проведенного эмпирического исследования, невозможно сделать полный и точный вывод о его наличии или отсутствии в городе Казань. Если брать во внимание взаимосвязь между уровнем доступа и владения технологиями и положением в обществе, что и предполагает третий уровень, то можно судить об исключенности лишь части индивидов пожилого возраста и, соответственно, об их низкой позиции в информационном обществе.

Оценивая уровень влияния каждого фактора на появление цифрового неравенства, опрашиваемые придавали большое значение возрасту и финансовым возможностям индивидов. На третьем месте по важности факторов расположилось отсутствие желания использовать какие-либо технологии дополненной реальности.

«Зависит от самого пожилого человека. Если он хочет, то он обучается и занимается этим, пользуется техникой. Если он не хочет и не желает, то он как не умел, так и не будет уметь» (информант 7, женщина, 61 год).

«Тяжело все это новое усваивать. И не один раз мне надо показать. Не один раз объяснить. И это же не только теория, это еще и практика должна быть. А если у меня не получается, то мне проще отказаться» (информант 10, женщина, 63 года).

Получается, желание во многом зависит от простоты использования.

В последних вопросах анкеты необходимо было узнать у респондентов, можно ли преодолеть цифровое неравенство и каковы варианты его преодоления. Больше половины опрошенных уверены в том, что цифровое неравенство можно преодолеть. Даже несмотря на то, что треть респондентов не определились с ответом, можно сделать вывод о том, что проблема решаема, поэтому благодаря последнему вопросу были выделены следующие варианты:

– повысить заработные платы или пенсии либо снизить стоимость технологий для их дальнейшего приобретения (*«повышением заработной платы либо снижением стоимости на различные гаджеты и т. п.; пенсионерам повысить пенсию»*);

– молодое поколение в лице детей, внуков или знакомых должно обучать необходимым навыкам представителей старшего поколения (*«поскольку в большей степени оно проявляется в отношении старшего поколения, нужно им объяснить, как это поможет в их жизни, чтобы у них появились желание и мотивация изучать технологии; оказывать помощь людям, которые чего-то не понимают»*);

– посещать различные курсы по подготовке к использованию технологий (*«проводить бесплатные занятия для пользования технологиями; существует институт третьего возраста и программы включения старшего поколения в цифровое пространство»*).

Если через анкету выяснялось преодоление цифрового неравенства в целом, то есть к факторам проявления в данном случае относили не только возраст, но и финансовые возможности, и желание, и образование, то с помощью полуструктурированных интервью получилось выявить необходимость решения проблемы исключенности именно пожилых людей из цифрового общества.

По результатам интервью получилось определить три пути развития ситуации:

– существует необходимость в решении проблемы, как со стороны пожилых людей, так и со стороны тех, кто готов помогать при обучении. *«Конечно, надо решать, может, надо какие-то курсы проводить, секции. Сейчас проводятся различные занятия обучающие. У них (пожилых людей) то время есть. Может, некоторые внуки и помогаю как раз освоить» (информант 9, мужчина, 60 лет)*;

– внимание не должно заостряться на решении проблемы. Пожилые люди должны сами понимать необходимость использования технологий дополненной реальности. *«Ну, знаете, здесь, конечно, тяжело сказать вот по поводу пожилых людей. Стоит ли решать эту проблему, чтобы, как говорится, все были, все могли пользоваться вот этими устройствами смартфонов, телефонов, чтобы в плане рассчитаться где-нибудь в магазине. Ну, я считаю, что, наверно, лучше бы, конечно, как им удобно, так пускай бы и пользовались: наличными*

деньгами или просто карту отдавали, вот, кассиру. Я имею ввиду карту на оплату. Мне кажется, не стоит на этом заикливаться» (информант 8, мужчина, 66 лет);

– необходимости в решении проблемы нет. Все должно остаться так, как есть и при этом не затрагивать пожилых людей. «Зачем вот мы, пожилые люди, должны подстраиваться под вас, молодых? Это вы должны подстраиваться и сделать так, чтобы нам было понятно. Или хотя бы если не понятно, то хотя бы бумажный вариант нам оставьте. Не мы должны подстраиваться, а вы должны до такой степени придумать так все, чтобы мы могли спокойно жить, а вы могли дальше развиваться. У вас ведь все в руках» (информант 1, женщина, 60 лет).

Таким образом, еще не существует единого ответа на вопрос о решении исключенности пожилых людей, но большой процент респондентов и информантов склоняется к тому, что необходимо обучение цифровым навыкам хотя бы на базовом уровне с помощью знакомых или родственников.

Систематизировав теоретико-методологические подходы, направленные на изучение технологий дополненной реальности и развивающегося цифрового неравенства и выбрав в качестве базы эмпирического исследования две теории – модель принятия технологий Ф. Дэвиса и трехуровневую теорию цифрового неравенства П. Норрис, было проведено собственное исследование, целью которого было определение уровня значимости технологий для всех категорий населения Казани (от 18 лет) и барьеров доступа к технологиям и/или приобретению и применению цифровых навыков.

Таким образом, можно сделать вывод о наличии двух вариантов принятия технологий дополненной реальности жителями города Казань:

– во-первых, и субъективная полезность, и субъективная простота имеют высокий уровень значимости, что проявляется в эффективности использования технологий в повседневной и профессиональной деятельности и одновременно в легком восприятии и понимании новых технологий;

– во-вторых, происходит дисбаланс между субъективной полезностью и простотой, что предполагает наличие специального уровня технической подготовки, необходимой для использования технологий.

Проанализировав результаты эмпирического исследования, получилось определить наличие каждого уровня цифрового неравенства, выделенного П. Норрис. При этом первый уровень, проявляемый в доступе к технологиям, сейчас имеет незначительный характер. В последнее время проблема стала решаемой, так как во многом зависит от финансовых возможностей индивидов.

Самым распространенным считается второй уровень цифрового неравенства, который проявляется в наличии цифровых навыков, так как приобретение этих навыков зависит от большого количества факторов:

– возраст (чем старше пользователь, тем сложнее ему обучиться новым технологиям, так как у него уже сложились прожитые опыт и ценности, не позволяющие с легкостью воспрепятствовать инновациям);

– финансовые возможности (несмотря на то что базовые навыки можно получить бесплатно, изучая самостоятельно или с помощью второго лица, специальные курсы по обучению цифровыми навыками основаны на платной основе);

– желание (использование технологий и обучение новым навыкам зависят от самого человека и уровня его желания приобрести новые знания и умения).

Третий уровень зависит от предыдущих двух, поэтому здесь можно сказать о том, что цифровое неравенство данного уровня тоже имеет место быть в городе Казань.

Таким образом, в Казани существует цифровое неравенство разных уровней, каждый из которых проявляется по-разному в зависимости от факторов, влияющих на его появление.

Литература

1. Азума Р. Обзор дополненной реальности // In Presence: Teleoperators and Virtual Environments. – 1997. – № 4. – С. 355–385.
2. Ахметшина А.А., Беляев В.А., Максимова О.А. Воздействие информационных технологий на преемственность и конфликт между реальными и условными поколениями // Вестник экономики, права и социологии. – 2018. – № 3. – С. 134–139.
3. Бродовская Е.В. Российские пользователи и непользователи: соотношение и основные особенности / Е.В. Бродовская, О.Е. Шумилова // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2013. – № 3 (115). – С. 5–18.
4. Быков И.А. Цифровое неравенство и политические предпочтения интернет пользователей в России / И.А. Быков, Т.Э. Халл // Полис. Политические исследования. – 2011. – № 5. – С. 151–163.
5. Вартанова Е.Л. Концептуализация цифрового неравенства: основные этапы // МедиАльманах. – 2018. – № 5. – С. 8–12.
6. Волченко О.В. Динамика цифрового неравенства в России // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2016. – № 5. – С. 163–182.
7. Гладкова А.А. Модель трёх уровней цифрового неравенства: современные возможности и ограничения (на примере исследования Республики Татарстан) / А.А. Гладкова, В.З. Гарифуллин, М. Рагнедда // Вестник Московского университета. – 2019. – № 4. – С. 41–72.
8. Гришкун А.В. Терминологические особенности изучения технологии дополненной реальности при обучении информатике // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Информатика и информатизация образования». – 2016. – № 4 (38). – С. 93–100.
9. Добринская Д. Е. Перспективы российского информационного общества: уровни цифрового разрыва / Д.Е. Добринская, Т.С. Мартыненко // Вестник РУДН. Серия: Социология. – 2019. – Т 19. – № 1. – С. 108–120.
10. Дэвис К. Некоторые принципы стратификации / К. Дэвис, У. Мур // Информационный бюллетень ССА. Серия «Переводы и рефераты». – 1968. – № 6. – С. 194–212.
11. Ефлова М.Ю., Максимова О.А., Озерова К.А. Гражданский цифровой активизм и социальная эксклюзия в условиях вынужденного погружения в цифровую среду // Вестник экономики, права и социологии. – 2021. – № 1. – С. 124–128.
12. Жаркова М.А., Максимова О.А. Молодежные (пост)субкультуры в контексте становления постмодернистского и информационного общества // Вестник экономики, права и социологии. – 2012. – № 3. – С. 257–261.
13. Жеребин В.М. Цифровой раскол между поколениями / В.М. Жеребин, О. Н. Махрова // ФЭС: Финансы экономика стратегия. – 2015. – № 4. – С. 5–9.
14. Калининченко Н.С. Феномен принятия информационных технологий: современное состояние и направления дальнейших исследований / Н. С. Калининченко, Б. Б. Величковский // Организационная психология. – 2022. – № 1. – С. 128–152.
15. Косоруков А.А. Технологии дополненной реальности в сфере государственного управления // Социодинамика. – 2020. – № 1. – С. 3–10.
16. Мартыненко Т.С. Концепция «цифрового разрыва» Я. ван Дейка // Информационное общество. – 2018. – № 6. – С. 4–10.
17. Милграм П. Таксономия смешанной реальности виртуальных дисплеев / П. Милграм, А. Ф. Кишино // Transactions on Information and Systems. – 1994. – № 77. – С. 1321–1329.
18. Навыки пользователей смартфонов и компьютеров. – URL: <https://fom.ru/Obraz-zhizni/14123> (дата обращения: 20.03.2023).
19. Россияне хотят, чтобы виртуальная и дополненная реальности вошли в их повседневную жизнь. – URL: https://www.cnews.ru/news/line/2022-11-08_rossiyane_hotyatchtoby_virtualnaya (дата обращения: 20.03.2023).

20. Сапрыкина А.О. Модель принятия технологии Дэвиса как средство оценивания субъективной эффективности технологии электронного портфолио / Теория и практика образования в современном мире: материалы VII Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, июль 2015 г.). – СПб: Свое издательство. – 2015. – С. 108–110.
21. Щелкунов М.Д., Николаева Е.М., Ефлова М.Ю., Котляр П.С. Медиаобразование в высшей школе: особенности, перспективы, риски // Вестник экономики, права и социологии. – 2018. – № 2. – С. 208–213.

СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛЮДЕЙ СТАРШЕГО ВОЗРАСТА (НА ПРИМЕРЕ ОБУЧАЮЩЕГО САЙТА «УНИВЕРСИТЕТ ТРЕТЬЕГО ВОЗРАСТА»)

**Краева Лариса Борисовна,
Ломова Ирина Олеговна**

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия*

Аннотация. В статье рассматриваются аспекты вовлеченности в информационное пространство людей пожилого возраста на основании анализа проекта «Университет третьего возраста», созданного при участии одного из авторов статьи. Делается вывод, что вовлечение и социализация в сети интернет имеет успешнее проходит с использованием не только обучающих, но и развлекательных и информационных материалов.

Ключевые слова: третий возраст, социализация, интернет-среда, медийная грамотность, кибервовлеченность, активное долголетие.

Востребованность и значимость людей пожилого возраста является общезначимой проблемой. «Университет третьего возраста», «серебряный возраст» названия образовательных программ, которые включают в себя творческие, обучающие, просветительские направления становятся повсеместно внедряемыми в культурных, образовательных и социальных учреждениях. Согласно проведенному опросу фонда «Общественное мнение» пользователи интернета среди людей старше 60 лет составляют чуть менее половины [3]. Многие исследователи отмечают меры, принимаемые государственными организациями для вовлечения людей пожилого возраста как действенные [2, 6, 7].

Создание сайта «Университет третьего возраста» стало результатом совместного проекта таких петербургских учреждений, как «Университет ИТМО» и «ГУП ТЭК». Одной из целей создания и поддержания деятельности данного сайта является цифровая социализация людей «серебряного», пенсионного возраста. Сайт размещён на электронной странице университет третьего возраста (itmo.ru). С момента запуска сайта в 2021 году прошло уже почти два года, и информация на нём постоянно обновляется. Существенным отличием данного сайта от аналогичных образовательных порталов стран Балтийского моря и Белоруссии является то, что «Университет третьего возраста ИТМО» не является образовательной организацией, выдающей дипломы о профессиональной переподготовке или повышении квалификации, данный сайт носит информационный и, отчасти, развлекательный характер. Структура сайта состоит из таких вкладок, как «Начать учиться», «Культура», «Безопасность», «Новости», «Полезное» и др. Раздел «Начать учиться» предлагает различные онлайн-курсы, которые могут быть полезными и интересными для людей «серебряного возраста». Это такие курсы, как «Своя финансовая безопасность», «Начала творческой фотографии», «Пожилой человек в современном обществе», «Наш общий дом: основы экологической культуры», «Обучение людей старшего возраста добровольцами» и др. В курсе «Обучение людей старшего возраста добровольцами» отражён опыт обучения лиц старшего поколения компьютерной грамотности, описаны специфика и сложности обучения. Например, то, что люди «серебряного» возраста в силу жизненного опыта имеют устойчивые представления и стереоти-

пы, и это часто затрудняет восприятие и усвоение новой информации. Обучающие курсы носят как теоретический характер, например, «Традиционная вышивка в народной культуре», «Дворянская усадьба как феномен «золотого века» русской культуры», так и практические рекомендации. Например, онлайн курс «Радость творчества: как обрести душевное равновесие» обучает рукоделию пошагово, с фотографиями и инструкциями. Визуальный контент сайта оригинален, онлайн экскурсии и новости содержат авторские фотографии, что делает его, во многом, самобытным. При этом, в разделе «Культура» и «Новости» контент постоянно обновляется и освежается. В разделе «Культура» публикуются новости культурной жизни, объявления о культурных мероприятиях, которые можно посетить (концертах, выставках и т. д.), и онлайн экскурсии. Онлайн экскурсии содержат не только текстовую, но и визуальную информацию с оригинальными авторскими фотографиями, например, это «Экскурсия в Государственный Русский музей», «Античная коллекция Павловского парка и Большого дворца в Павловске», «Средневековые замки и готические соборы», «Шедевр садово-паркового искусства «Долина Роз»» и другие. Раздел «Новости» делает акцент на событиях, значимых для старшего поколения. Сайт также имеет своё сообщество в социальной сети «В контакте».

Анализ гендерно-демографических групп, пользующихся сообществом, показывает, что он интересен не только людям старше 45 пяти лет, но и молодёжи в возрасте 18–23 лет. В старшей возрастной группе большинством посетителей являются женщины. Географически сайт охватывает не только российских пользователей, но и посетителей из ближнего зарубежья, например, Эстонии, Казахстана, Белоруссии, Финляндии и др. Редко, но всё же бывают просмотры из дальнего зарубежья, например, из Латинской Америки. Гендерно-демографические характеристики посетителей сообщества сайта в социальной сети свидетельствуют, что сайт выполняет поставленные задачи цифровой социализации людей пожилого возраста.

Литература

1. Новостной ресурс «Интерфакс». – URL: <https://www.interfax.ru/russia/844433> (дата обращения: 21.04.2023).
2. Корнилова М.В. Интернет как адаптационный ресурс пожилых пользователей // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер.: Социология. Политология. – 2018. – Т. 18. – № 3. С. 250–259.
3. Козырева П.М., Смирнов А.И. Социальная изоляция и одиночество в пожилом возрасте // Социологическая наука и социальная практика. – 2022. – Т. 10. – № 4. – С. 46–63.
4. Шагидаева А.Б. Старость как кризисный возрастной период // Современная психология: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Пермь, июль 2014 г.). – Пермь: Меркурий, 2014. – С. 13–17.
5. Левченко А.В. Переживание одиночества в пожилом возрасте // Научно-теоретический журнал «Ученые записки». – 2014. – № 10 (116). – С. 199–204.
6. Гасумова С.Е. Отношение пожилых людей к сети Интернет и мобильной телефонной связи // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2016. – № 3 (27). – С. 161–171.
7. Петухова И.С., Щекина И.В. Пожилые люди в сетевом пространстве // International journal of open information technologies. – 2022. – Т. 10. – № 11. – С.35–40.

МЕХАНИЗМЫ И АГЕНТЫ ЦИФРОВОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ

Липатова Анна Вячеславовна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В статье исследуется концепция цифровой социализации в рамках теорий «цифровых аборигенов и цифровых иммигрантов», «посетителей и резидентов сетевого со-

общества», традиционных и цифровых агентов и других подходов. Автор обобщает теоретико-методологические наработки по проблематике изучения механизмов и каналов социализации молодого поколения. Предлагается взглянуть на социальные практики адаптации личности к динамичной цифровой среде в рамках институционального, агентного, функционального, технологического и процессного подходов. Автор обращает внимание на особенности формирования цифровых контекстов, которые выступают в качестве агентов социализации в виртуальной среде. Ставится вопрос о готовности традиционных агентов – родителей, семьи, образовательной системы – считывать эти контексты и влиять на процесс социализации в новых условиях информационного общества.

Ключевые слова: цифровая социализация, агенты социализации, каналы социализации, медиаграмотность, цифровые компетенции, молодежь.

Канадский культуролог Г.М. Маклюэн метафорично описывал воздействие артефактов как средств коммуникации: «Телефон: речь без стен. Фонограф: музыкальный холл без стен. Фотография: музей без стен. Электрический свет: пространство без стен. Кино, радио и телевидение: классная комната без стен» [1, с. 322]. Это образное сравнение характеризует современные процессы интеграции человека в социальную систему, в которой все более весомую роль играет виртуализация практик и взаимодействий. Галактика Гутенберга сменилась следующим этапом цивилизационного развития – галактикой Тьюринга [2], причем «одним из центральных нарративов, связанных с миром после Тьюринга, является нарратив об искусственном интеллекте» [3]. Сплетение реальной реальности и виртуальной реальности (в термине смешанного формата onlife, введенного в оборот Л. Флориди [4, с. 43]), гиперподключенность к Интернету формируют основу для новой социальности и для новых форматов взаимодействий в условиях цифровых трансформаций [13].

Американский писатель и исследователь в области гейминга Марк Пренски в 2001 году опубликовал статью «Цифровые аборигены, цифровые иммигранты» [5], в которой он проводит черту между поколениями, рожденными в до-цифровую и цифровую эры. Принципиальное различие кроется в «вездесущей среде и огромном объеме взаимодействия с ней» [5]. М. Пренски конституирует, что студенты и школьники обрабатывают информацию и работают в формате digital иначе, чем их предшественники. Рожденные в цифровую эпоху, они становятся «носителями» цифрового языка, для них абсолютно естественно в ежедневных практиках реализовывать модель нового информационного поведения. Цифровые иммигранты, как пишет М. Пренски, социализируются по иному сценарию, для них электронная среда является неродной. Как и любые другие иммигранты, уже во взрослом возрасте им приходится осваивать новый язык, встраиваться в чуждую им «среду обитания». Пренски описывает «цифровые акценты», например, когда человек распечатывает письма с электронной почты или документ, который редактирует на бумажном носителе вместо того, чтобы прочитать текст с экрана и сразу внести правки на устройстве.

Важно сделать отсылку к научным работам, доказывающим ошибочность классификации исключительно по возрастным или поколенческим характеристикам. Зачастую обращаются к теории Д.С. Вайта и А.Л. Корну [6], основанной на инструментальном подходе к дифференциации поведения пользователей в Сети. Согласно этой идее, интернет-аудитория делится на две группы: посетителей (visitors), которые основные жизненные процессы ведут в офлайн-формате, а онлайн-площадку используют как вспомогательный инструмент, и резидентов (residents), считающих цифровую среду неотъемлемой частью своей жизни.

Критические комментарии к чисто поколенческому подходу высказывают исследователи, специализирующиеся на цифровом неравенстве. Они апеллируют к статистике, согласно которой проникновение интернета в одних странах приближается к 90–100 % (согласно данным отчета Digital 2023: global overview report, в Ирландии и Норвегии индекс проникновения интернета оценивается в 99 %, в России – в 88,2 %), в других странах не доходит и до отметки в 50 % (Кения – 32,7 %, Индия – 48,7 %) [7]. Ограниченный доступ к интернет-каналам и технологически сложным девайсам снижает возможность освоения необходимых

компетенций для взаимодействия с информационно-коммуникационной средой. Цифровизация «напрямую влияет на возникновение социальных преимуществ в зависимости от навыков владения современными технологиями» [8].

Современные исследователи указывают на неоднородность группы молодых людей, именуемых «цифровым поколением». Их аргументация обращается к социокультурологическому контексту, который оказывает влияние на взросление индивида, и к другим факторам социализации личности. Как пишет А. Кутруполос в статье «Цифровые туземцы: 10 лет спустя»: «Нет единой монолитной группы, на которую можно было бы указать и сказать, что это "цифровые аборигены". На деле люди, которые соответствуют стереотипу "цифрового аборигена", находятся в меньшинстве среди населения» [9]. Более того – в работе Кутруполоса подвергается сомнению совершенство цифровых навыков и аналитических способностей «сетевого поколения» (предложено вообще отказаться от стереотипизации терминов «Digital/Net/Google поколение»). Также Кутруполос обращает внимание на искусственный характер дихотомии, разделения на привилегированные и непривилегированные группы. Сам факт принадлежности к молодому поколению не может гарантировать высокий уровень освоения навыков работы с виртуальной средой. Неравномерность цифровой социализации актуализирует поиск механизмов и подходов к обучению молодежи медиаграмотности, умению анализировать информацию как в цифровом, так и в аналоговом контекстах.

Понятие социализации в современном научном дискурсе рассматривается с позиции интеракционизма (понимается как процесс социального взаимодействия и взятия на себя социальной роли); концепции развития когнитивных структур личности и последующей их перестройки в контексте общественных отношений [10]; теории освоения социальности в ходе взаимодействия со «значимыми другими» в рамках индивидуальных тезаурусных конфигураций установок; концепции усвоения социального опыта, отличающихся разнонаправленной динамикой прогрессивного и регрессивного развития личности [11] и т. д. Общеизвестная теория Т. Парсонса исследует социализацию как «единый процесс, посредством которого личности становятся членами социального сообщества и поддерживают этот статус» [12, с. 503]. Индивид интегрируется в социальную среду, перенимая социальный опыт и осваивая социально значимую информацию, причем на современном этапе не только в контексте реальной, но и виртуальной среды.

Цифровую социализацию рассматривают как непрерывный процесс адаптации изменяющегося человека к возможностям и рискам постоянно трансформирующейся социотехнологической среды [13]; как процесс формирования личности, детерминированный целенаправленным воздействием как со стороны семьи и образования, так и интернет-среды [14]. Таким образом, можно выделить два основных подхода к расшифровке содержательной части цифровой социализации: широкий, объединяющий традиционных агентов социализации из офлайн-среды и каналы интернет-пространства, и узкий взгляд на цифровизацию, в рамках которого рассматриваются механизмы влияния исключительно цифровой среды. Анализ научных источников продемонстрировал преобладание работ, акцентирующих внимание на широком подходе, когда цифровая социализация неразрывно связана с традиционными каналами. Она «работает» в единой связке, специфику определяет особенность функционирования виртуального пространства. В целом, авторы статей по тематике цифровой социализации обращают внимание на тесную взаимосвязь или альянс агентов из онлайн и офлайн-пространства.

Научный дискурс разворачивается вокруг вопросов участия традиционных агентов в цифровой социализации, их влияния на формирование цифрового развития личности. В этом контексте ведется обсуждение онлайн-рисков, о которых родители осведомлены весьма слабо (речь идет о кибербуллинге, рассылке контента сексуального характера или с негативным шокирующим содержанием). Старшие подростки редко сознают родителям в том, что подвергали кого-либо кибербуллингу, посещали сайты с ненавистническими сообщениями против отдельных групп или лиц и что лично встречались с онлайн-знакомыми [17, с. 214]. Таким образом, агенты первичной социализации находятся в некотором неведе-

нии о девиантных проявлениях в виртуальной среде, с которыми сталкивается ребенок или подросток.

Концептуальная модель цифровой социализации, разработанная М.А. Головчиным, представляет подход, объединяющий агентов: родителей, педагогов, интернет-пользователей и сетевого сообщества в целом [14, с. 242]. Разница между влиянием офлайн и онлайн-агентов фиксируется в результатах социализации: реальный контекст формирует универсальные ценности, нормы и образцы поведения, а виртуальная среда закладывает критическое отношение к интернет-контенту. Однако стоит учесть и ряд других эффектов воздействия цифровой среды, например, процесса коммуникации как самоценного и внутренне мотивированного общения. Так, согласно исследованию Global Web Index, представители поколения Z на 47 % чаще, чем «миллениалы», «иксы» и «беби-бумеры», называют коммуникацию и контакт с друзьями в качестве ведущего мотива гейминга в сетевом пространстве [15]. Цифровая среда выступает не только источником информации, но и важнейшим каналом коммуникации, через который референтные группы могут влиять на становление личности.

Исследователь дизайна игровых методов Томас Вестин на основе результатов международных опросов с участием шведских школьников и подростков из неблагополучных семей Шри-Ланки сконструировал модель инклюзивной цифровой социализации (IDS). По замыслу, она способствует созданию условий для равного безбарьерного участия: для лиц с ограниченными возможностями здоровья, для тех, кто проживает в удаленных районах со скудной образовательной инфраструктурой, для малоимущих и т. д. [16]. Т. Вестин предлагает решать задачу игровыми методами как в офлайн-формате (игровые семинары, учебные программы и др.), так и в онлайн-среде (гейминг-интерфейс для слабослышащих и слабовидящих, цифровые образовательные материалы и др.). Таким образом, мы видим, что механизмы цифровой социализации представляют более широкий спектр инструментов, нежели исключительно обучение навыкам критического мышления.

В научном дискурсе можно выделить основные подходы к классификации каналов цифровой социализации:

- институциональный подход (опирается на фундаментальные работы американского социолога Нейла Сметзера; в роли социальных институтов вторичной социализации выступают Интернет-платформа и медиасреда);

- агентный подход (социальный агент выполняет функцию «проводника» цифровой социализации; агентами выступают информационно-коммуникационные технологии, «ИКТ сегодня – важнейший агент социализации, который начинает конкурировать с семьей и школой» [17, с. 22]); отдельно выделяют в качестве агента государство, описывают его роль в преодолении цифрового неравенства и диджитализации образования [18]; также агентами могут выступать группы и члены сетевого сообщества и цифровые контексты (компьютерные игры, приложения и др.) [20]);

- функциональный подход (идет поиск ответа на вопрос, для чего человек обращается к цифровой среде, какие функции или опции заложены в виртуальном пространстве и как они влияют на процесс социализации);

- технологический подход (исследует технологии киберпространства, активизирующие творчество, например, геймификацию, веб-квесты и т. д.; каким образом они содействуют приобщению личности к ценностям культуры и образования [19]);

- процессный подход (на первый план выходят процессы цифрового обучения и формирования цифровой культуры, как они связаны с другими видами деятельности, социальными процессами в офлайн-среде).

В качестве агентов цифровой социализации исследуются анимационные сериалы, телесериалы, социальные сети и видеохостинги, компьютерные игры и трансляция стримов, фандомы, основанные на подростковой субкультуре фанатов, интернет-ресурсы для чтения манги, ман-хвы, маньхуа, фанфиков [20] и т. д. Любимый жанр молодежи – развлекательный и музыкальный, даже фильмы оказались вытеснены на второе по популярности место. Как сказано в отчете GWI о медиапотреблении поколения Z [15], отчасти это связано с предпо-

чтением, которое подростки и молодежь отдают коротким формам контента, а также с высокой конкурентоспособностью визуальных стриминговых медиа, умеющих экспериментировать с жанрами и форматами, интерактивно взаимодействовать со зрителем, гибко подстраиваться под аудиторию. Отмечается влияние стриминговой платформы Netflix, в частности, на развитие феномена «запойного просмотра» (binge-watching), когда пользователь часами просматривает серию за серией и перестает терять «чувство времени». Взаимодействие с контентом Netflix характеризуется высочайшим интересом к медиапроекту в короткий промежуток времени и быстрым переключением внимания на новые медиапродукты. Так, в 2022 году за три недели после премьеры фильма «Серый человек» картина собрала 253 миллиона часов просмотров, а на просмотр четвертого сезона «Очень странных дел» за 28 дней пользователи потратили 1,35 миллиарда часов [21]. Ядро целевой аудитории этих проектов составляют молодые люди, фиксируется слабое участие старшего поколения в медиапотреблении подобного контента. До взрывного развития цифровой реальности мощное влияние на формирование паттернов оказывали киноиндустрия, печатные СМИ, а также «городские легенды» и сторителлинг, то есть более традиционные форматы [22, с. 224]. Отсюда вытекает еще одна проблема – несоответствие культурных и знаково-символьных контекстов, в которых пребывает молодой человек и агенты традиционной социализации – родители. Таким образом, исследование цифровой социализации молодежи поднимает вопросы готовности традиционных агентов к вызовам и скорости изменений цифровой среды, которая предлагает новые каналы «достройки» личности, более красочные и манящие для современной молодежи.

Благодарность. Публикация подготовлена за счет средств субсидии, выделенной Казанскому федеральному университету для выполнения проекта № FZSM-2023-0022 «Цифровая социализация и цифровая компетентность молодежи в условиях глобальных системных изменений: технологии регулирования, риски, сценарии» в рамках государственного задания.

Литература

1. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. – М.; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц, 2003. – 464 с.
2. Тьюринг А.М. Может ли машина мыслить? – М.: Гос. изд-во физико-математической литературы, 1960. – 102 с.
3. Ветушинский А.С. Три интерпретации наследия Тьюринга: именем чего является искусственный интеллект? // Философская мысль. – 2016. – № 11. – С. 22–29.
4. Floridi L. The Fourth revolution. How the infosphere is reshaping human reality. – Oxford: Oxford University Press, 2014. – 272 p.
5. Prensky M. Digital natives, digital immigrants // On the horizon. MCB University press. – 2001. – Volume 9. – Issue 5. – URL: <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (дата обращения: 01.04.2023).
6. White D.S., Cornu A.L. Visitors and Residents: A new typology for online engagement // First Monday. – 2011. – Volume 16. – Issue 9. – URL: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/download/3171/3049> (дата обращения: 01.04.2023).
7. Digital 2023: Global overview report. – URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> (дата обращения: 01.04.2023).
8. Смирнова А.С., Коротаев С.А. и др. Сетевые факторы профессиональной дифференциации // Информационно-аналитический бюллетень (ИНАБ). Структурные аспекты цифрового неравенства. – 2021. – № 4. – С. 52–73.
9. Koutropoulos A. Digital Natives: Ten Years After // MERLOT Journal of Online Learning and Teaching. – 2011. – Volume 7. – Issue 4. – URL: https://jolt.merlot.org/vol7no4-koutropoulos_1211.htm (дата обращения: 01.04.2023).

10. Поликанова Е.П. Социализация личности // *Философия и общество*. – 2003. – № 2. – С. 84–106.
11. Шамионов Р. Социализация личности: системно-диахронический подход // *Психологические исследования*. – 2013. – № 6 (27). – С. 1–9.
12. Парсонс Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношение // *Американская социологическая мысль*. – М., 1996. – 503 с.
13. Солдатова Г.У., Войскунский А.Е. Социально-когнитивная концепция цифровой социализации: новая экосистема и социальная эволюция психики // *Психология. Журнал Высшей школы экономики*. – 2021. – Т. 18. – № 3. – С. 431–450.
14. Головчин М.А. Проявления цифровой социализации в молодежной среде: на данных пилотного опроса старшеклассников // *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. – 2022. – Т. 15. – № 5. – С. 237–255.
15. GWI's report on the latest trends among internet users aged 16–25 / GWI (GlobalWebIndex). – URL: <https://app.globalwebindex.com/> (дата обращения: 01.04.2023).
16. Westin T. Inclusive digital socialisation. Designs of education and computer games in a global context. – Stockholm: Printed in Sweden by US-AB, 2017. – 110 p.
17. Солдатова Г.У., Рассказова Е.И., Нестик Т.А. Цифровое поколение России: компетентность и безопасность. – М.: Смысл, 2017. – 375 с.
18. Морозова Е.В., Плотичкина Н.В., Попова К.И. Государство как агент цифровой социализации // *Вестник Пермского университета. Серия: Политология*. – 2019. – Т. 13. – № 2. – С. 5–15.
19. Гревцева Г.Я. Цифровая социализация личности в образовательной среде // *Вестник ЮУрГУ. Серия: Образование. Педагогические науки*. – 2022. – № 1. – С. 40–49.
20. Барышева Ю.С. Социализация и инкультурация российских детей и подростков в цифровой среде: основные проблемы и исследования // *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*. – 2022. – № 1 (856). – С. 166–175.
21. Ефлова М.Ю., Максимова О.А., Глебова И.С., Дудочников А.И. Функционирование малого предпринимательства в регионах России в контексте цифровизации общества // *Экономика и предпринимательство*. – 2021. – № 1 (126). – С. 536–540.
22. Ефлова М.Ю., Минзарипов Р.Г. Концептуализация феномена социального исключения в социологических теориях // *Казанский социально-гуманитарный вестник*. – 2017. – № 3 (26). – С. 30–34.
23. Названы самые популярные проекты Netflix в 2022 году. – URL: <https://lenta.ru/news/2022/12/28/netflix22/> (дата обращения: 01.04.2023).
24. Липатова А.В. Медийный образ как презентация личности в цифровой среде / VI Андреевские чтения: современные концепции и технологии творческого саморазвития личности. – Казань: Издательство Казанского университета, 2021. – С. 223–226.

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В РОССИИ: ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ

**Лихманова Алина Рустамовна,
Романов Михаил Васильевич**

*Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина филиала РАНХиГС,
Саратов, Россия*

Аннотация. В данной научной статье исследуются основные тренды развития цифровой экономики и искусственного интеллекта. Авторы анализируют текущие тенденции в применении искусственного интеллекта в различных отраслях экономики, таких как здравоохранение, финансы, производство и транспорт. Особое внимание уделено вопросам этики и безопасности при использовании искусственного интеллекта, а также перспективам разви-

тия технологии в ближайшие годы. В статье приводятся примеры успешных реализованных проектов, а также обсуждаются возможные проблемы и вызовы, которые могут возникнуть при развитии цифровой экономики и искусственного интеллекта.

Ключевые слова: цифровая экономика; искусственный интеллект; технологический прогресс; этика и безопасность; перспективы развития технологий.

Цифровая экономика и искусственный интеллект являются двумя важнейшими трендами, которые определяют современное развитие многих стран, включая Россию. Рост интернет-технологий, использование больших данных и машинного обучения ведут к возникновению новых возможностей и вызовов для экономики и общества в целом.

Для углубленного рассмотрения данной темы, необходимо рассмотреть некоторые понятия, связанные с этой сферой.

Цифровая экономика – деятельность, в которой ключевыми факторами производства являются данные, представленные в цифровом виде, а их обработка и использование в больших объемах, в том числе непосредственно в момент их образования, позволяет по сравнению с традиционными формами хозяйствования существенно повысить эффективность, качество и производительность в различных видах производства, технологий, оборудования, при хранении, продаже, доставке и потреблении товаров и услуг [1].

Искусственный интеллект — это направление информатики, целью которого является разработка аппаратно-программных средств, позволяющих пользователю-непрограммисту ставить и решать свои традиционно считающиеся интеллектуальными задачи, общаясь с ЭВМ на ограниченном подмножестве естественного языка [2, с. 6].

В последние годы Россия активно развивает свою цифровую экономику и возможности искусственного интеллекта. В стране проводятся значительные инвестиции и запускаются инициативы, направленные на стимулирование роста инноваций в этих областях.

Цифровая экономика и искусственный интеллект играют важную роль в современной экономике России. Страна активно развивает свой цифровой сектор и внедряет новейшие технологии, чтобы повысить эффективность бизнес-процессов, создать новые рабочие места и улучшить качество жизни населения.

Среди основных преимуществ цифровой экономики можно выделить автоматизацию и оптимизацию процессов, увеличение производительности, расширение географии продаж и возможность персонализации товаров и услуг. Кроме того, цифровая экономика предоставляет множество новых возможностей для развития инноваций и стимулирует рост экспорта высокотехнологичной продукции.

Искусственный интеллект является одной из ключевых технологий цифровой экономики. В России активно разрабатываются и внедряются системы машинного обучения и нейронных сетей, которые позволяют решать сложные задачи в автоматическом режиме и повышать точность аналитических прогнозов.

Сферы, где искусственный интеллект уже успешно применяется в России, включают финансы, медицину, производство, розничную торговлю и государственное управление. Кроме того, искусственный интеллект играет важную роль в развитии «умных городов», управлении транспортными потоками и создании автономных систем.

Цель настоящей научной статьи заключается в анализе основных трендов и направлений развития цифровой экономики и искусственного интеллекта в России.

Одним из приоритетных направлений развития цифровой экономики в России является создание цифровой инфраструктуры и современных цифровых сервисов, которые могут быть использованы в различных сферах экономики и общества в целом. В частности, в последние годы в России активно развивается электронная коммерция, сектор онлайн-образования, и другие направления, которые используют возможности цифровых технологий.

Вопрос развития цифровой экономики в России стал ключевым в выступлении Владимира Путина на Петербургском Международном экономическом форуме в июне 2017 года. Он отметил: «Цифровая экономика – это основа, которая позволяет создавать качественно

новые модели бизнеса, торговли, логистики, производства, изменяет формат образования, здравоохранения, государственного управления, коммуникаций между людьми, а, следовательно, задаёт новую парадигму развития государства, экономики и всего общества». Она должна стать основой для реформ в России [3].

Кроме этого, национальная программа «Цифровая экономика» была утверждена в России в июле 2018 года и устанавливает план развития цифровой экономики до 2024 года.

Основной целью программы является увеличение внутренних затрат на развитие цифровой экономики не менее чем в 3 раза по сравнению с 2017 годом. Для достижения этой цели предусмотрено создание инфраструктуры, позволяющей обеспечить быстрое и безопасное передачу, обработку и хранение больших объемов данных.

Программа также направлена на развитие высокоскоростного интернета, создание цифровых образовательных ресурсов и цифровых платформ для развития бизнеса, а также поддержку и развитие стартапов и инновационных проектов.

Одной из целей программы является также повышение качества жизни населения России за счет внедрения цифровых технологий в различных сферах, включая здравоохранение, образование, транспорт и жилищное строительство.

Кроме того, программа направлена на улучшение бизнес-климата в России и привлечение инвестиций в цифровую экономику, что должно способствовать ускорению роста экономики и повышению конкурентоспособности России на мировой арене [4].

Развитие искусственного интеллекта также становится все более активным в России. В настоящее время в стране существует большое количество научно-исследовательских проектов, направленных на создание и применение новых технологий в различных отраслях экономики. Российские компании также активно внедряют системы машинного обучения и искусственного интеллекта в свою деятельность.

Во исполнение «Стратегии развития искусственного интеллекта в Российской Федерации» на период до 2030 года, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 10 октября 2019 г. № 490, утвержден федеральный проект «Искусственный интеллект» 27 августа 2020 года на заседании Президиума Правительственной комиссии по цифровому развитию, использованию информационных технологий для улучшения качества жизни и условий ведения предпринимательской деятельности федеральный проект, разработанный Минэкономразвития России совместно с ПАО «Сбербанк», заинтересованными федеральными органами исполнительной власти и АНО «Цифровая экономика» [5].

Однако развитие цифровой экономики и искусственного интеллекта в России также сталкивается с рядом вызовов и проблем. В частности, низкая готовность населения и бизнеса к внедрению цифровых технологий, недостаточная квалификация кадров в этой области, а также недостаточно развитая правовая база – все это препятствует развитию цифровой экономики и искусственного интеллекта в России.

Для дальнейшего развития цифровой экономики и искусственного интеллекта в России необходимо решить ряд проблем. В частности, необходимо обеспечить высокий уровень квалификации кадров в этой области, провести масштабную работу по просвещению населения и бизнеса, а также создать благоприятную правовую базу для развития цифровой экономики и искусственного интеллекта.

Кроме того, необходимо продолжать инвестировать в инфраструктуру и разработку новых цифровых сервисов, а также поддерживать научные исследования и разработки в области искусственного интеллекта.

В конце марта 2018 года премьер-министр Дмитрий Медведев подписал распоряжение о выделении более 3 миллиардов рублей из бюджета на реализацию первоочередных мероприятий программы «Цифровая экономика» России.

Деньги начнут выделять в рамках реализации госпрограмм «Информационное общество (2011–2020 годы)», «Экономическое развитие и инновационная экономика», «Развитие транспортной системы», «Развитие электронной и радиоэлектронной промышленности на 2013–2025 годы» [6].

В целом, Россия имеет все возможности для развития цифровой экономики и искусственного интеллекта, и правильное использование этих возможностей может привести к значительному прогрессу в различных сферах жизни и деятельности.

Также важно уделять внимание вопросам безопасности в сфере цифровой экономики и искусственного интеллекта, так как развитие цифровых технологий может привести к появлению новых угроз и рисков. Важно разрабатывать механизмы защиты персональных данных и информационных систем, контролировать использование искусственного интеллекта в различных сферах, а также улучшать законодательство в этой области.

Еще одним вызовом для развития цифровой экономики и искусственного интеллекта в России является необходимость учитывать особенности национального рынка и специфику российского общества. Например, в России существует значительная доля малых и средних предприятий, которые могут столкнуться с трудностями при внедрении цифровых технологий и использовании искусственного интеллекта. Поэтому необходимо создать условия для поддержки таких предприятий и обеспечения их доступности к современным цифровым сервисам.

В 2022 году один из операторов мер поддержки в рамках федерального проекта «Искусственный интеллект», Фонд содействия инноваций (ФСИ), впервые объявил грантовый конкурс, ориентированный именно на внедрение ИИ-решений. Проходящий благодаря нацпроекту «Цифровая экономика» конкурс «Внедрение – ИИ» призван поддержать малые предприятия, планирующие внедрять собственные решения в области искусственного интеллекта [7].

Также важно учитывать социальные аспекты развития цифровой экономики и искусственного интеллекта. Например, в связи с автоматизацией производства и использованием роботов могут возникнуть вопросы социальной ответственности компаний, а также вопросы о переквалификации и подготовке кадров на новые рабочие места.

Еще одним важным аспектом развития цифровой экономики и искусственного интеллекта в России является научно-исследовательская деятельность. В России существуют множество научно-исследовательских центров и лабораторий, которые занимаются исследованиями в области искусственного интеллекта и развития цифровых технологий. Большое внимание уделяется исследованиям в области глубокого обучения, нейронных сетей, обработки естественного языка и других областей, связанных с развитием искусственного интеллекта.

Также важным фактором для развития цифровой экономики и искусственного интеллекта является обучение и подготовка кадров. В России существуют множество образовательных программ и курсов, которые позволяют получить знания и навыки в области искусственного интеллекта и цифровых технологий. Важно продолжать развивать и расширять эту область обучения, чтобы обеспечить наличие квалифицированных кадров для развития цифровой экономики и искусственного интеллекта в России.

В целях развития искусственного интеллекта в России указом Президента Российской Федерации от 10 октября 2019 г. № 490 утверждена «Национальная стратегия развития искусственного интеллекта до 2030 года в Российской Федерации».

Стратегией определены задачи развития искусственного интеллекта в России, к которым относятся:

- поддержка научных исследований в целях обеспечения опережающего развития искусственного интеллекта;
- разработка и развитие программного обеспечения, в котором используются технологии искусственного интеллекта;
- повышение доступности и качества данных, необходимых для развития технологий искусственного интеллекта;
- повышение доступности аппаратного обеспечения, необходимого для решения задач в области искусственного интеллекта;

– повышение уровня обеспечения российского рынка технологий искусственного интеллекта квалифицированными кадрами и уровня информированности населения о возможных сферах использования таких технологий;

– создание комплексной системы регулирования общественных отношений, возникающих в связи с развитием и использованием технологий искусственного интеллекта [5].

В настоящее время в России существуют примеры успешных компаний и организаций, которые внедрили искусственный интеллект в свои бизнес-процессы:

– Сбербанк: Сбербанк является крупнейшим банком в России, который активно внедряет технологии искусственного интеллекта для улучшения качества своих услуг. Примером может служить виртуальный помощник Сбербанка, который использует нейросети и машинное обучение для обработки запросов клиентов и решения проблем.

– Яндекс: Яндекс – это одна из крупнейших IT-компаний в России, которая активно использует искусственный интеллект в своих продуктах и услугах. Например, система «Алиса» – это виртуальный помощник, который может отвечать на вопросы пользователей и решать задачи с помощью машинного обучения.

– Mail.ru Group: Mail.ru Group – это крупнейшая IT-компания в России, которая использует искусственный интеллект для улучшения качества своих услуг и продуктов. Например, в сервисе почты Mail.ru используется система автоматической фильтрации спама на основе машинного обучения.

– Ростелеком: Ростелеком является крупнейшим провайдером интернет-услуг в России, который использует искусственный интеллект для улучшения качества своих услуг и оптимизации бизнес-процессов. Например, в сервисе Телеком Интеллект используется система машинного обучения для анализа больших данных и улучшения качества обслуживания клиентов.

– Сколково: Фонд Сколково – это крупнейший инновационный центр в России, который активно поддерживает стартапы и компании, работающие в области искусственного интеллекта. Например, стартап «Neural Networks & Deep Learning Lab» разрабатывает системы искусственного интеллекта для автоматизации производства и улучшения качества услуг в различных отраслях.

В целом, развитие цифровой экономики и искусственного интеллекта в России является важным стратегическим направлением, которое позволит сделать российскую экономику более конкурентоспособной в мировом масштабе и обеспечить социальный прогресс в обществе. Для достижения этой цели необходимо тесное международное сотрудничество в области цифровой экономики и искусственного интеллекта, обмениваться опытом и знаниями с другими странами, участвовать в международных проектах и программе развития цифровых технологий.

В заключение стоит отметить, что развитие цифровой экономики и искусственного интеллекта в России является важным направлением развития экономики и общества в целом. Несмотря на значительные успехи в этой области, все еще существует ряд проблем и вызовов, которые необходимо решать.

Одной из главных задач является создание условий для развития цифровой экономики и искусственного интеллекта в России, включая улучшение правовой базы, развитие научно-исследовательской деятельности и образования, поддержку инновационных проектов и развитие инфраструктуры. Также важно уделять внимание вопросам безопасности и международному сотрудничеству.

В целом, развитие цифровой экономики и искусственного интеллекта в России представляет собой огромный потенциал для развития экономики и общества в целом. Однако, для того чтобы использовать этот потенциал в полной мере, необходимо продолжать работу над созданием условий для развития этих технологий, подготовки кадров и научно-исследовательской деятельности, а также уделять внимание вопросам безопасности и международному сотрудничеству. Только в таком случае можно достичь успеха в развитии цифровой экономики и искусственного интеллекта в России.

Литература

1. Официальный сайт «КонсультантПлюс». – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216363/ (дата обращения: 22.04.2023).
2. Боровская Е.В., Давыдова Н.А. Основы искусственного интеллекта: учебное. – М.: Лаборатория знаний, 2022. – 127 с.
3. Официальный сайт «Президент России». – URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/68669> (дата обращения: 22.04.2023).
4. Национальный проект «Цифровая экономика». – URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/> (дата обращения: 22.04.2023).
5. Официальный сайт «Министерство экономического развития Российской Федерации». – URL: https://www.economy.gov.ru/material/departments/d01/razvitie_iskusstvennogo_intellekta/ (дата обращения: 22.04.2023).
6. Официальный сайт «Правительство России». – URL: <http://government.ru/docs/31894/> (дата обращения: 22.04.2023).
7. Новостной ресурс «РБК». – URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/21/11/2022/6373b9d99a7947fa230d041d (дата обращения: 22.04.2023).

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ПОВСЕДНЕВНОСТИ: АНАЛИЗ ПРАКТИК РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Маяковская Анастасия Владимировна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В данной статье рассматривается феномен повседневного взаимодействия молодых людей в цифровом пространстве. Анализируются практики, реализуемые в цифровой среде, частота и характер этих взаимодействий. Также изучается степень цифровизации повседневных практик, а также выявляются сферы, которые наиболее интенсивно «оцифровываются» при повседневном взаимодействии молодых людей друг с другом и окружающей средой.

Ключевые слова: цифровизация, цифровые практики, повседневность, цифровая компетентность, цифровое пространство, молодежь.

Широкое распространение цифровых технологий началось в конце 1960-х годов, с появление первых компьютеров. С тех пор этот процесс стремительно развивается, становясь все более доступным, затрагивая не только сферы бизнеса и экономики, но также играет важную роль в изменении повседневности людей. В январе 2022 года вышел ежегодный отчет по изучению интернета и социальных сетей Global Digital Reports, в котором говорится, что 89 % населения России используют интернет [1]. По данным ФОМ у каждого второго взрослого россиянина есть смартфон, у каждого третьего – ноутбук [2]. Результаты исследования ВЦИОМ на 2022 год показывают, что в России наиболее активным пользователем интернета является молодежь: 66 % среди 18–24 лет и 52 % среди 25–34 летних [3]. Все больше людей по всему миру использует цифровые технологии в различных сферах своей жизни, включая работу, досуг, образование, потребление товаров и услуг. С развитием интернета и повсеместным распространением мобильных устройств цифровизация повседневной жизни стала неотъемлемой частью нашего существования.

В рамках исследования цифровой социализации и цифровых компетенций молодежи в возрасте 18–35 лет проводился анкетный опрос в апреле 2023 года. Выборочная совокупность составила $n = 2206$. Обработка данных проводилась с помощью программы SPSS. Указанные данные легли в основу данного исследования влияния цифровизации на повседневность молодежи.

Реализация повседневных практик в цифровом пространстве с использованием специальных средств, таких как персональный компьютер, ноутбук, смартфон, планшет, а также использовании различных приложений, программных обеспечений (ПО), которые есть на этих носителях, использование интернета, поисковых систем, различных интернет-сервисов требует от современного человека высокого уровня цифровой компетентности. Цифровая компетентность понимается как способность человека, используя цифровые технологии, достигать определенных целей, решать возникающие проблемы, повышать производительность, в том числе и в повседневной жизни. Поэтому чем выше уровень цифровой компетентности, тем успешнее и безопаснее будет происходить взаимодействие индивида в цифровой среде. Мы спросили наших информантов как они оценивают уровень собственной цифровой компетентности. Ответы респондентов распределились следующим образом: 49,2 % оценивают уровень своей цифровой компетентности как «средний», 41,5 % как «высокий», 6,6 % как «низкий».

Еще одним важным показателем процесса цифровизации повседневности является показатель длительности использования интернета, а следовательно, и гаджетов. По данным ВЦИОМ в России 29 % (каждый третий) тратит на социальные сети и мессенджеры более трех часов в день, а среди 18–24 летних – 72 % [4]. Мы спросили наших информантов сколько дней в неделю они используют интернет. Ответ «ежедневно» дали 85 % респондентов, «5–6 дней» в неделю – 9,1 %, «3–4 дня» – 5 % и «1–2 дня» – 1 % (табл. 1). Далее мы задали вопрос о том, сколько часов в день они проводят в интернете: 32 % проводит «6–8 часов», 29,7 % – «более 8 часов», 29 % – «3–5 часов», 7,8 % – «1–2 часа», 1,5 % – «меньше часа» (таблица 2). Таким образом около 62 % респондентов проводит в интернете время, соизмеримое с продолжительностью рабочего дня при 40-часовой рабочей неделе, при этом среди тех информантов, которые сказали, что используют интернет ежедневно, таких 66,8 %.

Таблица 1

Частота использования интернета в неделю

Варианты ответа	Частота	Процент
1–2 дня	22	1,0
3–4 дня	110	5,0
5–6 дней	200	9,1
Ежедневно	1874	85,0
Всего	2206	100,0

Таблица 2

Частота использования интернета в день

Варианты ответа	Частота	Процент
Меньше часа	34	1,5
1–2 часа	171	7,8
3–5 часов	640	29,0
6–8 часов	706	32,0
Более 8 часов	655	29,7
Всего	2206	100,0

Для того чтобы оценить, насколько связаны повседневные практики и цифровизация, мы попросили информантов ответить, как часто они используют цифровые технологии и интернет в той или иной сфере своего повседневного взаимодействия. Ответы информантов показали следующие результаты: наиболее популярный ответ для всех сфер (работа, образование, досуг, общение, самообразование, потребление товаров и услуг) – «часто», его выбрали от 50 % до 76 % информантов; ответ «иногда» выбрали от 16 % до 32 % опрошенных, ответ «редко» от 6 % до 15 %, ответ «никогда» выбрали от 1 % до 7 % и «затрудились ответить» от 1 % до 4 % опрошенных. Результаты нашего исследования показывают, что уровень цифровизации повседневных практик, а также время, проведенное в интернете с использованием цифровых технологий и средств среди российской молодежи, имеет высокие показатели. Цифровизации подвержены все сферы повседневности от обучения до потребления товаров и услуг. Наиболее часто цифровыми технологиями пользуются для общения. На наш взгляд это связано с тем, что межличностное взаимодействие при внедрении цифровых технологий, становится непрерывным, физическая отдаленность, пусть даже временная, компенсируется интенсивностью общения. Однако такой высокий уровень цифровизации повседневности в сфере общения можно отнести к «базовой» стадии, т. к. она не требует высокого уровня цифровых компетенций, имеет крайне частный и кратковременный характер взаимодействия. С другой стороны, не исключает возможности возникновения рисков мошенничества, «утечки» персональных данных, «спаминга», которые могут стать причиной «цифровой усталости». Цифровизация трансформирует межличностное и институциональное взаимодействие, происходят изменения в системе образования, экономике, медицине, государственном обслуживании.

Благодарность. Работа выполнена за счет средств субсидии, выделенной Казанскому федеральному университету для выполнения проекта № FZSM-2023-0022 «Цифровая социализация и цифровая компетентность молодежи в условиях глобальных системных изменений: технологии регулирования, риски, сценарии» в рамках государственного задания.

Литература

1. Официальный сайт «Роскачество». – URL: <https://clck.ru/347HWX> (дата обращения: 20.04.2023).
2. Официальный сайт ФОМ. – URL: <https://fom.ru/Budushchee/14315> (дата обращения: 20.04.2023).
3. Официальный сайт ВЦИОМ. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/trendy-mediapotrebleniya-2022> (дата обращения: 20.04.2023).
4. Официальный сайт ВЦИОМ. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotreblenie-i-aktivnost-v-internete> (дата обращения: 20.04.2023).
5. Ефлова М.Ю., Максимова О.А., Озерова К.А. Гражданский цифровой активизм и социальная эксклюзия в условиях вынужденного погружения в цифровую среду // Вестник экономики, права и социологии. – 2021. – № 1. – С. 124–128.
6. Белоногов В.А., Байбаков Э.И., Гузельбаева Г.Я., Егорова Л.Г., Ефлова М.Ю. Экологические проблемы г. Казани в сознании населения города // Экологический консалтинг. – 2005. – № 1 (17). – С. 10–16.
7. Щелкунов М.Д., Николаева Е.М., Ефлова М.Ю., Котляр П.С. Медиаобразование в высшей школе: особенности, перспективы, риски // Вестник экономики, права и социологии. – 2018. – № 2. – С. 208–213.

СОЦИАЛЬНЫЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ И ПРАКТИКИ УЧАСТИЯ В ФАНДОМАХ

Мельникова Анастасия Сергеевна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются коммуникация и практики участия в современных российских фандомах. Текст основан на анализе материала, полученного в ходе интервью с участниками нескольких популярных фандомов. Рассмотрено влияние фандомов на жизнь людей, включая возможность находить единомышленников, делиться интересами, находить новых друзей, а также выражать эмоции, проявлять креативность и развивать творческие способности. Выявлены основные характеристики и виды фанатов и фанатских практик, а также представлена типология форм фанатского творчества. Установлены особенности коммуникаций участников в рамках сетевого сообщества. Статья также обращает внимание на потенциальные негативные аспекты участия в фандомах, включая возможность привыкания, потери времени и финансовые затраты на атрибутику.

Ключевые слова: фанат, фандом, сетевое сообщество, фанатские практики, коммуникация, фанатское творчество.

С появлением интернета и социальных сетей наш мир претерпел значительные изменения в области коммуникации и самовыражения. На просторах онлайн-пространства возникла уникальная возможность для людей, разделяющих общие интересы, вступить в контакт и создать сообщества, которые стали известны как фандомы. Фандомы представляют сообщества людей, собранных вокруг определенного медиа-продукта, такого как телепередача, книга, фильм или видеоигра. Участники фандомов активно взаимодействуют друг с другом, создавая и распространяя свои собственные тексты и идеи, связанные с этим продуктом. Фандомы являются площадками для выражения и развития фанатской культуры, где люди могут находить единомышленников и воплощать свою творческую энергию в коллективном окружении. На сегодняшний день фандомы представляют собой форму сетевого сообщества и являются важным элементом в культуре и медиа-индустрии.

Развитие интернета и доступность информации и материалов в сети привели к взрывному росту фандомов. Виртуальные сообщества стали более доступными и широко распространенными, появились специализированные тематические социальные сети, веб-сайты и новостные публичные страницы, посвященные фанdomам. Это открыло новые возможности для вступления в фандом и обмена опытом, а также способствовало интенсивному росту объема производимого контента. Благодаря возможности легко общаться и находиться на связи с людьми из разных уголков мира, фандомы стали глобальными явлениями, объединяющими фанатов независимо от расстояний, языковых барьеров и разницы в возрасте. Видеохостинг Fandom, позволяющий фанатам создавать вики-сайты, опубликовал данные о том, что интерес к фанdomам разных жанров достигает пика среди подростков 13–17 лет, спадает среди людей 18–24 лет и вновь возрождается у 25–34-летних [1]. Однако наряду с позитивными аспектами существования фандомов также можно выделить ряд проблемных ситуаций.

Некоторые фандомы превращаются в своеобразные потребительские клубы, где фанаты тратят значительное количество денег на коллекционирование предметов, связанных с их объектами обожания. Это может привести к финансовым проблемам и стимулировать потребительское поведение, основанное на эмоциональном вовлечении, а не на реальной необходимости или пользе.

Кроме того, фандомы могут приводить к погружению в виртуальный мир и отдалению от реальной жизни. Участники сетевых сообществ и фандомов могут ощущать зависимость от онлайн-взаимодействия, терять интерес к реальной жизни и снижать свою социальную активность вне сетевого пространства. Это может привести к социальной изоляции и отчуждению от непосредственного социального окружения.

Фандомы как социальное явление вначале возникли на Западе, их развитие в России началось значительно позднее. Именно в США появились первые фанатские сообщества, что привело к увеличению интереса западных ученых к исследованию фан-сообществ, получившему название Fan-Studies. Основным теоретиком в этой области являются Генри Дженкинс, который начиная с 1992 года, активно публикует работы по фанатским исследованиям. В своих трудах Генри Дженкинс определил фандом как «культуру соучастия», а также ввел концепцию повседневности фанатства [2].

Такие исследователи как Мануэль Кастельс и Барри Уэллман занимались изучением сетевых сообществ и их уникальных характеристик. Мануэль Кастельс рассматривал сетевые сообщества как новую форму социальных структур, возникших в результате прогресса информационных технологий, и обращал внимание на их специфические черты и особенности [3]. Барри Уэллман, в свою очередь, определял сетевые сообщества как группы людей, связанные между собой взаимоотношениями и общими интересами, независимо от географического расположения [4].

В статье охарактеризована специфика коммуникации и практик участия в российских фандомах на материале, собранном в ходе проведения 10 полуформализованных интервью с участниками различных фандомов, проживающих в таких городах, как Уфа, Казань, Киров, Самара, Петрозаводск и Магнитогорск. Интервью проводились в онлайн-формате, что обусловлено разнообразной географией информантов. Информантами стали 9 девушек и 1 юноша, их возраст составил от 16 до 27 лет. Присутствие в выборке участников различных фандомов, разного возраста позволило рассмотреть разнообразный опыт информантов. Отбор в выборочную совокупность информантов проводился методом «снежного кома». Гайд интервью состоял из разных тематических блоков, таких как опыт и вовлеченность в фандом, взаимодействие с участниками, структура фандома, фанатские практики и творчество, отношение с окружающими и общение в социальных сетях.

Фандом представляет собой сетевое сообщество, сформированное вокруг общих интересов его участников. Членство в фандоме может быть определено как статус фаната или нефаната, которые различаются по уровню вовлеченности в сетевое сообщество и принятию его ценностей и норм. Было замечено, что ни один из информантов не использовал термин «фанат» для описания своего статуса, они описывали свою принадлежность к сообществу через свое участие или членство в фандоме. Прослеживалось негативное отношение к понятию «фанат», что свидетельствует о том, что исторический негативный стереотип по отношению к фанатам, по-прежнему актуален и сохраняется до сегодняшнего дня.

Замечена тенденция того, что один и тот же человек может быть связан с несколькими фандомами, что объясняется разнообразием интересов и предпочтений участников сообществ. В настоящее время доступ к большому объему информации в интернете способствует более широкому распространению фандомов и облегчает присоединение к ним. Большинство информантов узнали о фандомах из различных источников, таких как новости, творческие видео, взаимодействие с другими участниками в интернете.

Большинство авторов различает фанатов активных и пассивных, однако, можно сказать, что подобная классификация не всегда отражает реальность. Многие участники меняют свой уровень активности в зависимости от изменений жизненных обстоятельств, увлечений и интересов. Определение активности и пассивности может быть сильно размытым. Например, некоторые фанаты занимаются активным творчеством, но не взаимодействуют с другими участниками или не демонстрируют свои работы публично. Они будут считаться пассивными среди остальных участников, однако по своей сути являются активными фанатами. Другие же не создают контент, но активно общаются с другими участниками.

Творчество фанатов можно разделить на физическое и цифровое. К цифровому творчеству относятся эдиты, фанфики и редактирование фото, а к физическому – рисование, поделки, создание и кастомизация вещей. Также в современных интернет-сообществах можно выделить отдельный вид цифровой деятельности, не связанный с творчеством, а предполагаю-

щий администрирование публичных страниц в социальных сетях, основанных на высказывании мнения и публикации новостей, связанных с фандомов.

Таким образом, участников фандома можно разделить на четыре категории: наблюдатели, комментаторы, творцы и администраторы. Наблюдатели и комментаторы не создают собственный контент. Творцы создают материалы, основанные на бренде или предмете интереса. Администраторы распространяют актуальную информацию о фандоме, устанавливают правила участия в своих сетях и формируют общее мнение, но не приносят в фандом ничего творческого. Однако стоит отметить, что эти типологии не являются строгими и могут пересекаться, поскольку многие фанаты могут заниматься несколькими видами деятельности одновременно.

Рассмотрена потребительская активность участников фандомов и личные траты на продукцию, связанную с брендом. Информанты признали, что хотя бы однажды тратились на атрибутику, такую как мерч, кастомные вещи, комиксы или мероприятия. Данные траты не обязательно обусловлены целью поддержки бренда и для выражения своей причастности к фандому. Фанаты также оказывают влияние на свое окружение, стимулируя их к тратам на продукцию, связанную с фандомом, и часто получают подарки такого рода от друзей и родных. Это позволяет им расширять круг активных потребителей и приносить прибыль бренду. Использование атрибутики, включая одежду, не ограничивается посещением мероприятий или встречами с другими участниками фандома. Участники фандомов ежедневно включают атрибутику в свою повседневную жизнь, что свидетельствует о том, что они открыто выражают свою причастность к фандому.

Особое внимание было уделено изучению структуры и коммуникации внутри фандома. Один из заданных вопросов касался конфликтов между участниками. Ответы показали, что конфликты внутри фандома являются распространенным явлением, возникающим по разным причинам и часто приводящим к расколам внутри сообщества, из-за чего фандом может быть разделен на несколько групп, объединенных общими взглядами и мнениями участников.

Что касается структуры и дифференциации фандомов, отметим, что они не всегда могут быть определены четкой схемой или структурой. Большинство информантов не смогли дать ответ на этот вопрос, за исключением единичных случаев. В основном, при упоминании дифференциации информанты говорили о территориальном аспекте. В целом, иногда фандом может иметь определенную структуру и дифференциацию, но это не является необходимым и не играет роли в коммуникации между участниками.

Один из основных тезисов Генри Дженкинса заключается в том, что фанаты и фандомы имеют стремление защищать и влиять на объект своего восхищения. Исходя из этого, возник вопрос о влиянии фандома на сами бренды и на производителей основного контента. Некоторые информанты подтвердили эту особенность, приведя конкретные примеры такого влияния. Однако было обнаружено, что с ростом популярности фандома такие случаи становятся все более редкими. Это объясняется тем, что число его участников также увеличивается, это делает общение между фанатами и организаторами более сложным, а объем информации, получаемой от каждого участника, становится меньше.

При рассмотрении фандомов как сетевых сообществ, интерес был направлен на изучение межличностного взаимодействия между их участниками. Большинство информантов подтвердили расширение своих социальных связей благодаря фандому и знакомствам через интернет-технологии с другими участниками. Анализ ответов показал, что такое расширение связано с частым взаимодействием внутри сообщества и общими интересами, объединяющими его членов. Хотя сетевые сообщества обычно не предполагают личных встреч, результаты интервью указывают на то, что в фандомах личные встречи происходят довольно часто. Кроме того, в процессе общения на тему предмета обожания, разговоры становятся более личными, что способствует укреплению отношений и общению по различным темам.

Это свидетельствует о важности интернета в формировании и развитии фандомов, предоставляя людям с общими интересами уникальную возможность общаться, расширять свой круг общения и находить новых друзей по всему миру. Интернет является всего лишь

инструментом, позволяющим людям с общими интересами соединяться и общаться независимо от географического расположения.

Вызвал интерес вопрос о том, как относятся знакомые к принадлежности к фандому. Было выяснено, что влияние участия в фандоме на существующие коммуникативные связи может быть разнообразным. С одной стороны, увлечение фандомом может привести к отдалению от людей, не разделяющих эти интересы, что может негативно сказаться на отношениях с друзьями и близкими. С другой стороны, фандом может стать дополнительным интересом, общим для всех участников общения, что укрепляет существующие коммуникативные связи.

Однако, в основном, участие в фандоме не оказывает никакого влияния на уже сформировавшийся круг общения. Это объясняется тем, что они продолжают поддерживать свои прежние социальные контакты и не отрицают свою личную идентичность вне фандома. Участие в фандоме служит дополнительным источником общения и взаимодействия, а не заменой существующим связям.

Фандом является важной составляющей жизни его участников, поэтому необходимо было выяснить количество времени, затрачиваемое на фандом. Оказалось, что оно зависит от степени вовлеченности и может варьироваться от нескольких часов в неделю до нескольких часов в день. На это влияют различные факторы, включая актуальность тематики фандома, общение с другими участниками, наличие интересных событий и новостей, возможность заниматься творчеством и основная деятельность внутри фандома.

В конце интервью информантам было предложено порассуждать о том, как фандом влияет на их жизнь, и какие выгоды они получают от участия в нем. Большинство информантов отметили, что участие в фандоме предоставляет им возможность находить людей с общими интересами, делиться своими увлечениями и заводить новых друзей. Некоторые информанты также отметили, что участие в фандоме позволяет им выражать свои эмоции, проявлять свою креативность и развивать творческие способности, кроме того, фандом дает им возможность отдохнуть от повседневных проблем.

Можно сделать вывод о том, что фандомы оказывают значительное социальное и психологическое влияние на участников. Фандомы представляют собой важное социокультурное явление, которое оказывает большое влияние на участников. Они дают возможность людям с общими интересами найти друг друга, обсудить их и создать сообщество, что в свою очередь может привести к развитию новых дружеских связей.

Участие в фандоме также может стать каналом для выражения эмоций и творческих способностей. Участники фандомов часто проявляют свой творческий потенциал через фанфики, арты и другие формы творчества, что может способствовать их развитию и повышению уверенности в себе.

Однако следует отметить, что участие в фандоме может иметь негативные последствия, если оно начинает занимать слишком много времени и отвлекать от важных повседневных дел. В некоторых случаях, участники фандомов могут стать сильно зависимыми от них, что может негативно сказаться на основных видах деятельности человека. Также участие в фандоме может приводить к дополнительным расходам на атрибутику, которые могут оказаться довольно значительными, в особенности, в случае высокой степени вовлеченности в фандом. Важно научиться находить баланс между участием в фандоме и своими финансовыми возможностями.

В целом, фандомы представляют собой интересное и важное социальное явление, которое может оказывать положительное влияние на жизнь людей, способствуя увеличению их интернет-активности и развитию творческого потенциала личности. Однако для того, чтобы извлекать из участия в фандоме максимальную выгоду, необходимо научиться правильно распределять участие в них и другие аспекты жизни.

Литература

1. Новостной ресурс «Prnewswire». – URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/the-state-of-fandom-report-insights-for-marketers-seeking-to-tap-into-the-age-of-fandom-300929665.html> (дата обращения: 10.12.2022).
2. *Jenkins H.* Textual poachers: Television fans and participatory culture. – New York: Routledge, 1992. – 496 p.
3. *Castells M.* The Information Age: Economy, Society and Culture. – London: Blackwell publishers, 2010. – 576 p.
4. *Wellman B.* Physical place and cyberplace: the rise of personalized networking // International journal of urban and regional research. – 2001. – Volume 25. – Issue 2. – P. 227–252.

СОЦИАЛЬНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ И ИХ ВЗАИМОСВЯЗЬ С ФЕНОМЕНОМ ЦИФРОВИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Мухаметшин Рашид Маратович

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Хайруллина Юлдуз Ракибовна

Казанский (Приволжский) федеральный университет,

*Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан,
Казань, Россия*

Аннотация. В статье рассматривается тема взаимосвязи цифровизации и социальных трансформаций. Выявлено, как цифровизация влияет на современное общество, и какие вызовы она представляет для России. Сделан вывод, что, для благоприятного взаимодействия с обществом, необходимо разработать и реализовать эффективные механизмы регулирования и контроля за цифровыми технологиями, защиты прав граждан и повышения их цифровой грамотности.

Ключевые слова: цифровизация, социальные трансформации, государство, бизнес-сектор, вызовы, регулирование, контроль, цифровая грамотность.

Социальные трансформации – это изменения в социальной структуре, культуре и поведении общества, которые происходят в течение длительного времени. Они включают в себя преобразования в социальных институтах, экономике, политике, технологии, а также во взаимоотношениях между людьми. Процессы социальных трансформаций также содержат общественные конфликты и борьбу за власть и ресурсы, установление новых социальных норм и ценностей и могут быть вызваны как изменениями внутри общества, так и внешними факторами, такими как глобализация, миграция и экологические изменения.

Социальные трансформации направлены на улучшения качества жизни в обществе, но способны привести к социальному конфликту и угрозе стабильности. Изменения в социальной структуре, культуре и поведении общества, которые происходят в результате социальных трансформаций, ведут к формированию новых социальных норм, ценностей и идентичностей. Они способствуют укреплению или разрушению социальных институтов и систем, таких как политические, экономические и образовательные. Процессы социальных трансформаций приводят к возникновению новых групп и общностей, а также к изменению отношений между людьми и группами. Например, П. Бурдьё в своей книге пишет «эмиграция и иммиграция могут привести к формированию новых этнических и культурных общностей в обществе» [1, с. 87]. Такие процессы влияют на социальную мобильность, социальное и экономическое неравенство, а также на формирование политических и культурных идентичностей. Новые технологии и сдвиги в производственных отношениях служат причиной изменения экономических систем и социального разделения труда, что ведет как к улучше-

нию экономического благосостояния общества, так и может вызвать социальные конфликты и неопределенность на рынке труда.

Социализация личности – это процесс формирования личности, ее интеграции в социум и освоения социальных ролей и норм. В условиях трансформации российского общества происходят изменения в социальной структуре, экономике, политике, культуре, и эти изменения отражаются на процессе социализации личности. Одним из главных факторов трансформации российского общества является переход от плановой экономики к рыночной, что привело к появлению новых социальных групп и к изменению статусов, уже существующих [7, с. 52]. Это в свою очередь повлияло на социальную мобильность и социальную стратификацию общества, а также на формирование личности. Изменения в политической сфере, такие как реформы в системе управления, выборы, новые формы гражданского участия, также оказывают влияние на социализацию личности. Например, участие в выборах, многопартийность способствуют формированию гражданской и политической идентичности. Культурные изменения, такие как развитие информационных технологий и медиа, воздействуют на процесс социализации личности. «Новые возможности для коммуникации, доступ к информации, формирование новых ценностей и норм, также играют важную роль в социализации личности» [7, с. 105]. Таким образом, социализация личности в условиях трансформации российского общества происходит в контексте изменения социальной структуры, экономики, политики и культуры, что влияет на социальную мобильность, социальную стратификацию, формирование гражданской и политической идентичности, доступ к информации и формирование ценностей.

В Российской Федерации существует ряд законов и нормативных актов, которые регулируют цифровизацию и ее влияние на общество. Некоторые из наиболее важных нормативных актов в этой области включают:

– Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ. Этот закон устанавливает основные правила обработки и защиты информации, а также определяет права и обязанности пользователей информационных систем.

– Федеральный закон «О связи» от 07.07.2003 года № 126-ФЗ. Этот закон устанавливает правила оказания услуг связи и регулирует деятельность провайдеров связи.

– Федеральный закон «О персональных данных» от 27.07.2006 года № 152-ФЗ. Этот закон устанавливает правила обработки персональных данных, а также права и обязанности субъектов персональных данных и операторов, которые обрабатывают эти данные.

– Федеральный закон «О цифровой экономике» от 28.07.2017 года № 212-ФЗ. Этот закон устанавливает правила и стандарты развития цифровой экономики в России, а также определяет порядок реализации государственной политики в этой области.

Также действуют ряд других нормативных актов, которые регулируют вопросы цифровизации, включая законы о защите прав потребителей, законы о свободном доступе к информации, законы о защите авторских прав и т. д.

Таким образом, в России законодательство регулирует различные аспекты цифровизации, включая обработку и защиту информации, правила оказания услуг связи, правила обработки персональных данных и другие вопросы. Важно, чтобы правительство России продолжило работу по совершенствованию законодательной базы, чтобы обеспечить более эффективную защиту прав граждан и борьбу с возникающими социальными проблемами в связи с цифровизацией.

Цифровизация играет важную роль в современном обществе, она влияет практически на все сферы жизни и относится к процессу использования информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) для автоматизации и оптимизации процессов, улучшения доступности к информации, увеличения скорости обмена информацией, «улучшения качества услуг и повышения производительности» [2, с. 72]. Рассмотрим некоторые конкретные роли цифровизации в современном обществе:

– улучшение доступности к информации: Цифровизация позволяет получать информацию в режиме реального времени, делиться информацией и получать доступ к ней в любом месте и в любое время;

– улучшение качества услуг: Цифровизация позволяет улучшать качество услуг в таких сферах, как здравоохранение, образование, транспорт и государственное управление;

– увеличение производительности: Цифровизация позволяет автоматизировать и оптимизировать процессы, что увеличивает производительность во многих сферах;

– социальное включение: Цифровизация увеличивает доступность услуг и информации, что способствует социальному включению людей с ограниченными возможностями и жителей отдаленных регионов;

– развитие экономики: Цифровизация стимулирует развитие экономики, поскольку она ускоряет процессы производства, оптимизирует расходы и создает новые возможности для бизнеса;

– улучшение качества жизни: Цифровизация позволяет улучшать качество жизни в обществе, например, путем расширения услуг здравоохранения, повышения эффективности государственного управления и роста доступности образования.

Однако цифровизация также может иметь негативные последствия, такие как угроза кибербезопасности, угроза приватности данных и увеличение социального неравенства в доступности к информационным технологиям. Поэтому, важно принимать меры для минимизации негативных последствий и обеспечения социальной справедливости и защиты прав человека при цифровизации.

В целом, цифровизация является неотъемлемой частью современного общества и продолжает играть все более важную роль в жизни людей. В связи с этим, правительство и бизнес должны активно работать над созданием условий для продвижения цифровой экономики и обеспечения социальной справедливости в сфере доступности информационных технологий. Они должны также разрабатывать стратегии по защите личных данных, предотвращению кибератак и обеспечению безопасности интернет-среды в целом. Таким образом, цифровизация будет продолжать оказывать положительное влияние на общество и способствовать его развитию, при условии эффективной работы по обеспечению социальной справедливости и защите прав человека.

Цифровизация является одной из важнейших социальных трансформаций в настоящее время. Она влияет на различные аспекты общественной жизни, такие как экономика, культура, политика и социальные отношения. Цифровые технологии меняют способы взаимодействия людей, создают новые формы коммуникации, делают доступной огромное количество информации и позволяют людям работать и жить в любой точке мира.

Исследователи полагают, что «цифровизация как глобальный процесс затрагивает все сферы существования общества» [4, с. 77], влияет на его структуру и организацию. Она меняет способы работы и производства, воздействует на систему образования и здравоохранения, изменяет социальную мобильность и неравенство. Эти сдвиги могут привести к существенным социальным трансформациям, таким как изменение структуры занятости, образа жизни и поведения людей, системы ценностей и т.д. В свою очередь, преобразование социальных отношений и поведения людей ведет к созданию новых цифровых продуктов и услуг, а экономической структуры – к развитию цифровой экономики. Итак, социальные трансформации могут стать основой для разработки новых цифровых технологий и решения социальных проблем с помощью цифровых инструментов.

Также, существует процесс «неизбежности и назревания новой, социально-экономической дифференциации человеческого общества» [5, с. 14], что говорит о том, что цифровизация может привести к усилению неравенства и дифференциации социальных групп, поскольку не все люди имеют доступ к цифровым технологиям и не все могут эффективно использовать их в своих жизнях. Поэтому, необходимо создать социальные механизмы, которые позволят уменьшить цифровое неравенство и обеспечить равный доступ к цифровым технологиям для всех групп населения. Одним из наиболее важных направлений ис-

следований в области социальных трансформаций и цифровизации является изучение влияния цифровых технологий на формирование новых форм социальной организации и коммуникации. Многие ученые обращают внимание на то, что цифровая технология создает новые возможности для социального взаимодействия и формирования общественных сетей. Они констатируют, что это может привести к возникновению новых форм социальной организации и укреплению гражданского общества. Дальнейшие исследования в области социальных трансформаций и цифровизации продолжаются, ученые активно работают над выявлением новых тенденций и закономерностей, подчеркивают важность изучения этой темы для понимания современного общества и развития социальных наук.

Одним из наиболее ярких проявлений влияния цифровизации на личность является усиление влияния социальных медиа на жизнь людей. Социальные медиа предоставляют людям возможность легко и быстро общаться, делиться информацией и участвовать в онлайн-сообществах. Это влияет на формирование личности, расширяет кругозор и повышает информированность, но также способно приводить к зависимости и ограничению реальных социальных связей. Нужно упомянуть, что цифровизация ведет к изменению трудовых отношений и условий труда. С одной стороны, возможность удаленной работы и гибкого графика позволяет людям больше времени уделять личным интересам и развитию, с другой стороны, постоянный доступ к работе через электронные устройства может активизировать перегрузки, стрессы и ухудшение психического и физического здоровья.

Также цифровизация способствует формированию новых привычек и навыков, таких как доступность, скорость и эффективность. Однако это может являться причиной уменьшения внимания к долгосрочным целям, глубокому пониманию вещей, поверхностному отношению к информации. «Цифровизация влияет на формирование и трансформацию личности, оказывая как положительное, так и отрицательное влияние в зависимости от конкретных условий и обстоятельств» [3, с. 88]. Таким образом, связь между социальными трансформациями и феноменом цифровизации является взаимозависимой и динамичной. Цифровизация изменяет общество, а общество в свою очередь становится основой для развития цифровых технологий и услуг.

В России цифровизация также становится все более важной социальной трансформацией. В последние годы правительство России активно работает над развитием цифровой экономики и созданием условий для распространения цифровых технологий по всей стране. Одним из примеров проявления связи между социальными трансформациями и цифровизацией в нашей стране является развитие электронного правительства. Оно позволяет гражданам получать государственные услуги онлайн, без посещения офисов и очередей, что упрощает и ускоряет процесс взаимодействия между гражданами и государственными органами. Согласно данным опроса, проведенного порталом госуслуг, большинство респондентов качество предоставляемых государственных и муниципальных услуг оценивают на очень хорошо (53,1 %) и скорее хорошо (42,2 %) [6].

В России активно развивается цифровая медицина, которая позволяет гражданам получать медицинские услуги онлайн, включая консультации врачей, выписку рецептов и даже проведение некоторых медицинских процедур. Однако, как и в других странах, цифровизация в России также вызывает определенные социальные проблемы. Например, возрастающая цифровизация может привести к увеличению разрыва между людьми, которые имеют доступ к цифровым технологиям и теми, которые этого не имеют. Кроме того, цифровые технологии могут быть использованы для мониторинга и контроля граждан, что вызывает опасения по поводу нарушения прав на личную жизнь и свободу выражения мнения.

Итак, выделим перспективы развития общества в контексте цифровизации:

– развитие цифровой экономики, когда цифровизация стимулирует рост экономических возможностей и способствует появлению новых форм бизнеса; благодаря цифровой технологии увеличивается скорость и эффективность производства, появляются новые товары и услуги, а также расширяются рынки сбыта;

– расширение доступа к образованию и культуре, когда цифровая технология позволяет увеличить доступность образования и культурных ценностей, что в свою очередь способствует повышению уровня знаний и культурного развития общества в целом;

– укрепление гражданского общества: цифровая технология создает новые возможности для социального взаимодействия и формирования общественных сетей, что в свою очередь способствует развитию гражданского общества и увеличению его роли в политической жизни страны;

– улучшение качества жизни, когда цифровая технология позволяет создавать более комфортные и безопасные условия для жизни, а также улучшает качество медицинского обслуживания и других социальных услуг.

Литература

1. *Бурдые П.* Социология социального пространство. – М.: Институт экспериментальной психологии. – СПб.: Алетейя, 2007. – 288 с.
2. *Бойченко А.В.* Причины возникновения и особенности информационного общества // Учёные записки Института социальных и гуманитарных знаний. – 2016. – № 1 (14). – С. 87–92.
3. *Гришаева С.А.* Социальные трансформации в условиях цифровой среды // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2020. – Т. 26. – №. 1. – С. 70–81.
4. *Мамедова Н.М.* Человек в эпоху цифровизации: на грани реального и виртуального // Век глобализации. – 2021. – №. 3. – С. 74–85.
5. *Родионова В.Г.* Социально-экономическая дифференциация общества в цифровую эпоху: нетократия – вымысел или реальность? // Гуманитарный вестник. – 2014. – № 4 (18). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-ekonomicheskaya-differentsiatsiya-obschestva-v-tsifrovuyu-epohu-netokratiya-vumysel-ili-realnost> (дата обращения: 24.04.2023).
6. Социологический опрос по исследованию общей удовлетворенности граждан качеством государственных и муниципальных услуг. 2021–2022 год. – URL: <https://pos.gosuslugi.ru/lkp/polls/342422/> (дата обращения: 24.04.2023).
7. *Хайруллина Ю.Р.* Социализация личности в условиях трансформации российского общества. – Казань: ИСЭПН АНТ., 1998. – 370 с.

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕАЛИЗАЦИИ СИСТЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ

**Нуруллина Эльмира Ринатовна,
Ситдииков Ильгам Вернатович**

Казанский государственный энергетический университет, Казань, Россия

Аннотация. В статье рассматривается применение информационных технологий в реализации системы безопасности дорожного движения в России. Освещены основные направления развития таких систем и технологий, а также описаны практики успешных проектов и их влияние на уровень безопасности на дорогах России. В статье показаны такие перспективы развития информационных технологий в безопасности дорожного движения в России как развитие и внедрение V2X-технологий, интеграция системы безопасности дорожного движения с «умными городами», развитие сетей 5G и интернета вещей в транспорте. Выявлены ключевые факторы, влияющие на использование и внедрение таких технологий в безопасности дорожного движения.

Ключевые слова: информационные технологии, пешеход, транспортное средство, безопасность, дорожное движение.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что системы безопасности дорожного движения играют важную роль в обеспечении безопасности на дорогах, сохранении жизни и здоровья участников дорожного движения. В последние годы активно развиваются информационные технологии, которые могут быть использованы для улучшения системы безопасности на дорогах России.

Рассмотрим основные направления развития информационных технологий в системе безопасности дорожного движения.

Во-первых, это интеллектуальные транспортные системы (ITS). ITS представляют собой комплекс технологий, которые интегрируют информационные и коммуникационные технологии для управления и оптимизации дорожного движения. В России уже реализованы проекты, такие как «Эра-Глонасс» и «Система 112», которые обеспечивают быстрое реагирование аварийных служб на автомобильные происшествия и управление дорожным движением, а также улучшает координацию действий спасателей [1].

Во-вторых, это видеонаблюдение и анализ видеоданных. Распространение камер видеонаблюдения на дорогах позволяет оперативно реагировать на нарушения правил дорожного движения и аварии. Алгоритмы анализа видеоданных также способствуют определению опасных участков и прогнозированию, и оперативному реагированию на аварийные ситуации [2].

В-третьих, это автоматическое распознавание номерных знаков (АРНЗ). Технология АРНЗ используется для определения нарушителей дорожного движения и контроля соблюдения правил парковки. В России эта технология широко применяется в системах умных парковок и для контроля ограничений скорости [3].

В-четвертых, использование беспилотных автомобилей и ассистентов вождения. Беспилотные автомобили и системы ассистентов вождения могут значительно улучшить безопасность дорожного движения, предотвращая возможные аварии и снижение риска ДТП, благодаря применению продвинутых алгоритмов и сенсоров. В России уже проводятся испытания беспилотных автомобилей, а некоторые модели автомобилей оснащены ассистентами вождения [4].

В-пятых, внедрение системы eCall. Система eCall предназначена для автоматического вызова экстренных служб в случае аварии. В Европе данная система обязательна для всех новых автомобилей, и планируется ее внедрение и на российском рынке. Преимущества внедрения данной системы заключается в сокращении времени реагирования экстренных служб на аварии и повышения общей безопасности на дорогах [5].

Рассмотрим практики успешных проектов и их влияние на безопасность дорожного движения.

Во-первых, это проект «Безопасные и качественные автомобильные дороги». В рамках данного проекта, проводятся ремонтные работы дорог, обновление дорожных знаков и разметки, а также внедрение интеллектуальных транспортных систем. Это позволяет улучшить безопасность движения и снизить количество ДТП на российских дорогах.

Во-вторых, система контроля скорости «Стрелка-С». Система «Стрелка-С» представляет собой комплекс радаров, камер видеонаблюдения и автоматического распознавания номерных знаков. Она используется для контроля скорости движения автомобилей на опасных участках дорог и приводит к снижению количества нарушений скоростного режима [6].

Итак, применение информационных технологий в реализации системы безопасности дорожного движения в России является одним из ключевых факторов снижения аварийности на дорогах. Интеллектуальные транспортные системы, видеонаблюдение, автоматическое распознавание номерных знаков, беспилотные автомобили и ассистенты вождения, а также система eCall способствуют улучшению безопасности дорожного движения и сохранению жизни и здоровья участников дорожного движения. Эти практики применения информационных технологий в безопасности дорожного движения в России демонстрируют значительный потенциал для улучшения безопасности на дорогах и снижения количества аварий. Опыт использования таких технологий, может служить основой для дальнейшего развития и внедрения инновационных решений в данной области.

Рассмотрим перспективы развития информационных технологий в безопасности дорожного движения в России.

Во-первых, это развитие и внедрение V2X-технологий. Развитие V2X-технологий (Vehicle-to-Everything) позволяют автомобилям обмениваться информацией с другими транспортными средствами, инфраструктурой, пешеходами и сетями. Внедрение V2X-технологий может повысить безопасность дорожного движения, предотвращая аварии и оптимизируя движение транспорта [7].

Во-вторых, это интеграция системы безопасности дорожного движения с «умными городами». Важно организовать эффективное взаимодействие различных информационных систем для повышения общей безопасности и комфорта городской среды [8].

В-третьих, развитие сетей 5G и интернета вещей в транспорте. А.П. Рогов и М.В. Тихонов обсуждают перспективы использования сетей 5G и интернета вещей в транспорте для повышения безопасности дорожного движения. Благодаря высокой скорости передачи данных и низкой задержке, сети 5G позволяют обеспечить надежное и быстрое взаимодействие между транспортными средствами и инфраструктурой, что важно для реализации V2X-технологий и беспилотного движения [9].

Интеграция информационных технологий с другими аспектами транспортной инфраструктуры, такими как умные города и интернет вещей, позволит создать более эффективные и безопасные системы управления транспортом. Взаимодействие различных информационных систем также предоставляет возможность для анализа и мониторинга дорожных ситуаций в режиме реального времени, что поможет предотвратить аварии и снизить количество ДТП. В долгосрочной перспективе, активное внедрение и развитие информационных технологий в области безопасности дорожного движения может привести к значительному снижению аварийности на дорогах, повышению качества транспортных услуг и улучшению жизни граждан России. Для успешной реализации таких проектов необходимо участие всех заинтересованных сторон: государственных органов, научных и образовательных учреждений, бизнеса и общества. Совместные усилия, координация действий и поддержка инновационных идей помогут России достичь новых высот в области безопасности дорожного движения и стать примером для других стран.

Применение информационных технологий в безопасности дорожного движения может быть поддержано или ограничено различными факторами. Рассмотрим некоторые из ключевых факторов, влияющих на использование и внедрение таких технологий в безопасности дорожного движения.

Во-первых, государственная поддержка и регулирование. Важна политическая воля и поддержка со стороны государства для успешного внедрения информационных технологий в области безопасности дорожного движения. Государство играет ключевую роль в создании необходимого законодательства и стандартов, а также обеспечении финансирования для инновационных проектов [10].

Во-вторых, технологическая инфраструктура. Волкова Е.М., Колесова В.М. обсуждают влияние технологической инфраструктуры на внедрение информационных технологий в безопасности дорожного движения. Наличие развитой сети связи, сенсоров и дорожной инфраструктуры является предпосылкой для успешного применения интеллектуальных транспортных систем [11].

В-третьих, финансирование и инвестиции. Важно отметить, значимость финансирования и инвестиций для развития информационных технологий в безопасности дорожного движения. Наличие достаточных ресурсов и привлечение инвестиций в инфраструктуру и инновационные проекты являются основой для успешного внедрения новых технологий в сфере транспорта.

В-четвертых, образование и подготовка кадров. Необходимо подчеркнуть важность образования и подготовки кадров для успешного применения информационных технологий в безопасности дорожного движения. Обучение специалистов, способных разрабатывать,

внедрять и поддерживать интеллектуальные транспортные системы, является критически важным фактором для обеспечения непрерывного прогресса в данной области.

В-пятых, общественное восприятие и принятие. Марков Е. Н., Белов С. Г. рассматривают влияние общественного восприятия и принятия на использование информационных технологий в безопасности дорожного движения. Более высокая степень осведомленности и понимания со стороны общества о преимуществах и возможностях интеллектуальных транспортных систем может способствовать их более широкому внедрению и использованию [12].

В-шестых, сотрудничество между заинтересованными сторонами. Важно межсекторальное сотрудничество между государством, бизнесом, научными и образовательными учреждениями, а также обществом для развития информационных технологий в безопасности дорожного движения. Совместные усилия и координация действий между различными сторонами могут обеспечить более быстрое и эффективное внедрение инноваций в данной сфере [7].

В-седьмых, законодательная база и стандарты. Важно подчеркнуть необходимость наличия адекватной законодательной базы и стандартов для успешного применения информационных технологий в безопасности дорожного движения. Создание и совершенствование законодательства и технических стандартов способствует согласованному и эффективному развитию данной сферы [13].

Необходимо также рассмотреть, введённое в эксплуатацию с 1 августа 2015 года специальное программное обеспечение федеральной информационной системы Госавтоинспекции на базе инфраструктуры единой системы информационно-аналитического обеспечения деятельности МВД России. Она была создана для организации общего централизованного информационного пространства Госавтоинспекции [14]. Вышеуказанный программный комплекс является единым для всех регионов Российской Федерации и предоставляет необходимые сведения и информацию в режиме реального времени. В состав системы входят 5 подсистем:

– «транспортные средства» – предназначена для автоматизации процесса проведения регистрационных действий с автотранспортными средствами для обеспечения предоставления подразделениями Госавтоинспекции государственной услуги по первичной регистрации автотранспортных средств и прицепов, также включает межведомственное информационное взаимодействие в процессе предоставления государственной услуги;

– «водительские удостоверения» – создана для автоматизации функций Госавтоинспекции по учету информации о выданных национальных и международных водительских удостоверениях, гражданах, получивших водительское удостоверение, а также для обеспечения процесса предоставления подразделениями Госавтоинспекции государственной услуги по проведению экзаменов на право управления автотранспортными средствами и выдаче водительских удостоверений, включая межведомственный информационный обмен в процессе предоставления государственной услуги;

– «административные правонарушения» – Эта система необходима для осуществления контроля административных правонарушений, по которым сотрудники Госавтоинспекции вправе составлять протоколы об административном правонарушении, и автоматизации процесса производства по этим делам, а также информационного обеспечения оказания подразделениями Госавтоинспекции государственной услуги по предоставлению информации об административных правонарушениях в области регулирования дорожного движения;

– «специальная продукция» - предназначена для контроля распределенной в подразделения Госавтоинспекции, похищенной, утраченной, уничтоженной специальной продукции, которая необходима для допуска автотранспортных средств и водителей к участию в дорожном движении;

– «получение и предоставление сведений» – предназначена для взаимодействия ФИС ГИБДД с прикладными сервисами МВД России, информационными системами МВД России, а также для взаимодействия с информационными ресурсами федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органов

местного самоуправления, предоставляющих государственные или муниципальные услуги и исполняющих государственные или муниципальные функции, а также организаций, в которых размещается государственный заказ или муниципальный заказ на предоставление подобных услуг.

В заключение, применение информационных технологий в безопасности дорожного движения в России уже показывает положительные результаты, однако для дальнейшего улучшения безопасности на дорогах необходимо продолжать развитие и внедрение новых технологий и инноваций. Исследования могут служить отправной точкой для разработки и реализации новых подходов и решений в области безопасности дорожного движения. Влияние всех вышеперечисленных факторов определяет успешность внедрения информационных технологий в безопасности дорожного движения. Учет и управление этими факторами может помочь снизить аварийность на дорогах, улучшить транспортную инфраструктуру и повысить качество жизни граждан.

Литература

1. *Комаров В.В., Гараган С.А.* Использование инфраструктуры системы «ЭРА-ГЛОНАСС» как основы телематических транспортных систем // Транспорт Российской Федерации. Журнал о науке, практике, экономике. – 2016. – № 1 (62). – С. 22–25.
2. *Солодкий А.И.* Развитие интеллектуальных транспортных систем в России: Проблемы и пути их решения. Новый этап // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2020. – № 6. – С. 10–19.
3. *Обухов А.В., Ляшева С.А., Шлеймович М.П.* Методы автоматического распознавания автомобильных номеров // Вестник ЧГУ. – 2016. – № 3. – С. 201–208.
4. *Носов А.Г.* Экономические и инфраструктурные аспекты развития технологий беспилотного транспорта // Транспорт Российской Федерации. Журнал о науке, практике, экономике. – 2016. – № 5 (66). – С. 21–25.
5. *Лебедева Е.А., Кондратьев А.В.* Адаптация системы eCall для использования в России // Вестник Московского автомобильно-дорожного государственного технического университета (МАДИ). – 2021. – № 1. – С. 60–70.
6. *Ворошилов Н.В.* Тенденции, проблемы и перспективы реализации национального проекта России «Безопасные качественные дороги» // Вопросы территориального развития. – 2022. – № 2. – С. 3–15.
7. *Жаков В.В., Зейналова Г.А.* Экономические перспективы реализации городских интеллектуальных транспортных систем // Национальная Ассоциация ученых. – 2021. – № 36-3. – С. 18–22.
8. *Кузьяшев А.Н., Черных А.А.* Концепция умного городского транспорта // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 12-2. – С. 58–62.
9. *Рогов А.П., Тихонов М.В.* Перспективы использования сетей 5G и интернета вещей в транспорте // Вестник научных конференций. – 2020. – № 3 (54). – С. 44–49.
10. *Козлов Л.Н.* О стратегии формирования интеллектуальных транспортных систем в России // Транспорт Российской Федерации. Журнал о науке, практике, экономике. – 2011. – № 2 (33). – С. 4–6.
11. *Волкова Е.М., Колесова В.М.* Построение городской транспортной системы на базе интеллектуальных технологий // Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право. – 2021. – № 1. – С. 38–52.
12. *Марков Е.Н., Белов С.Г.* Общественное восприятие и принятие интеллектуальных транспортных систем: барьеры и возможности // Социологические исследования. – 2021. – № 2. – С. 52–59.
13. *Костров А.В., Азанов С.Н.* Развитие нормативной правовой базы в сфере обеспечения безопасности дорожного движения // Технологии гражданской безопасности. – 2009. – № 1-2. – С. 19–25.
14. *Терентьев А.А.* Модели и алгоритмы аналитической деятельности ситуационных центров органов внутренних дел: дис. ... канд. техн. наук / АА. Терентьев. – Воронеж, 2022. – 154 с.

ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ ИНТЕРНЕТ-ПЛОЩАДОК ДЛЯ КУПЛИ-ПРОДАЖИ АВТОМОБИЛЕЙ НА ПРИМЕРЕ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Палагин Павел Александрович

Балтийский федеральный университет имени И. Канта, Калининград, Россия

Аннотация: В данной статье даётся попытка ответа на вопрос причинности распределения потребительских предпочтений среди жителей Калининградской области при выборе интернет-платформ для купли-продажи автомобиля. Указываются существующие исследования распределения потребительских предпочтений. Даётся краткий анализ сложившейся региональной специфики явления, приводятся результаты контент-анализа функциональных свойств наиболее популярных интернет-площадок для купли-продажи автомобиля, а также итоги цикла глубинных интервью с жителями Калининградской области о причинах выбора конкретной площадки.

Ключевые слова: интернет-площадки для купли-продажи автомобиля, интернет-классифайд, агрегатор объявлений, потребительские предпочтения, предпочтения потребителей, потребительское поведение, «Авито» (Avito.ru), «Авто.ру» (Auto.ru), «Дром.ру» (Drom.ru).

Владение автомобилем в России является важной составляющей обыденной жизни для значительной части населения. Согласно обобщенным данным, за 2016 год средняя автомобилизация в России составляет 315,5 автомобилей на 1000 жителей [2], что в среднем можно рассматривать как один автомобиль на семью из 3-х человек. Слабо решаемая проблема с качеством городской транспортной инфраструктуры в российских городах, климатические и географические особенности страны делают вопрос покупки и продажи автомобиля для россиян распространённой задачей. В то же время, стагнация в экономической сфере, инфляция, санкционная политика и уход значительного числа автомобильных брендов с отечественного рынка всё больше ориентирует россиян на приобретение поддержанных автомобилей вместо новых. Так, за 2021 г. в России было реализовано около 1,6 млн новых автомобилей [7], а в 2022 только 630 тыс. [14], тогда как поддержанных было продано более 6 млн в 2021 г. [12] и 4,86 млн в 2022 [13]. То есть, смещение соотношения продаж поддержанных автомобилей к новым с 2021 по 2022 изменилось с 3,75 до 7,7.

Основным же каналом продаж, в первую очередь, поддержанных, но также и новых автомобилей выступают различные интернет-площадки для купли-продажи автомобилей, они же *интернет-классифайды*.

Под термином «*интернет-площадка для купли-продажи автомобиля*» мы определяем платформу в сети Интернет, предназначенную для публикации и поиска объявлений о продаже автомобиля, доступную и юридическим и физическим лицам.

Классифайд – ресурс с объявлениями, созданными как частными лицами, так и компаниями, сгруппированный по категориям [5, с. 74]. В отечественном пространстве применим синоним «доска объявлений». *Интернет-классифайдом* выступает аналогичная по цели платформа, но существующая в интернет-пространстве.

Согласно данным аналитического агентства «Автостат» лишь 19 % из тех, кто продавал или покупал автомобиль не пользовался интернет-объявлениями [11]. Подобных площадок для русскоязычного комьюнити достаточно много. Но каким образом потенциальный покупатель или продавец выбирает для себя ту самую площадку или несколько площадок, с которыми он будет взаимодействовать для достижения имеющийся у него цели?

«Автостат» в течение нескольких лет проводит опрос, связанный с предпочитаемой для продажи автомобиля интернет-площадкой. Ежегодно потребительский рейтинг возглавляли Avito.ru (44,7 %), Auto.ru (25,5 %) и Drom.ru (14,9 %) (опрос 2022 г.) [1]. Все три игрока со значительным отрывом опережают любые другие платформы. Однако, данные исследования никак не комментируют почему же голоса респондентов разделились именно таким об-

разом. Какие мотивы побуждают человека обращаться к той или иной платформе, что определяет его потребительские предпочтения?

Дополнительно расширяет область неосвещенных аспектов данной проблемы региональная специфика потребительских предпочтений. Данная таблица иллюстрирует количество имеющихся объявлений о продаже автомобиля в четырех регионах России, выбранных исходя из их географического расположения с запада на восток на начало апреля 2023 года.

Таблица 1

Количество опубликованных объявлений на различных интернет-площадках для купли-продажи автомобилей в разных регионах РФ на апрель 2023 года

	Калининградская область	Московская область	Красноярский Край	Приморский Край	Суммарно по РФ
Auto.ru	2 305	110 097	10 650	7 226	419 454
Avito.ru	49 658	169 950	53 632	46 351	741 351
Drom.ru	1 062	7 539	28 411	44 155	604 313

Приведенные данные формируют ряд вопросов. Во-первых, несмотря на значительное отставание в приведенном ранее рейтинге «Автостата» Drom.ru насчитывает больше объявлений, чем победитель опроса Auto.ru и показывает незначительное отставание от второго места – Avito.ru. Во-вторых, в разных регионах России при ориентации с запада на восток значительно трансформируется соотношение опубликованных объявлений на разных площадках. Имея в «западных» регионах количество объявлений на уровне «статистической погрешности», смещаясь к востоку, Drom.ru обладает уже, практически, половиной из всех опубликованных объявлений в регионе. Обратная ситуация с Auto.ru. В чём причина такого неравномерного распределения?

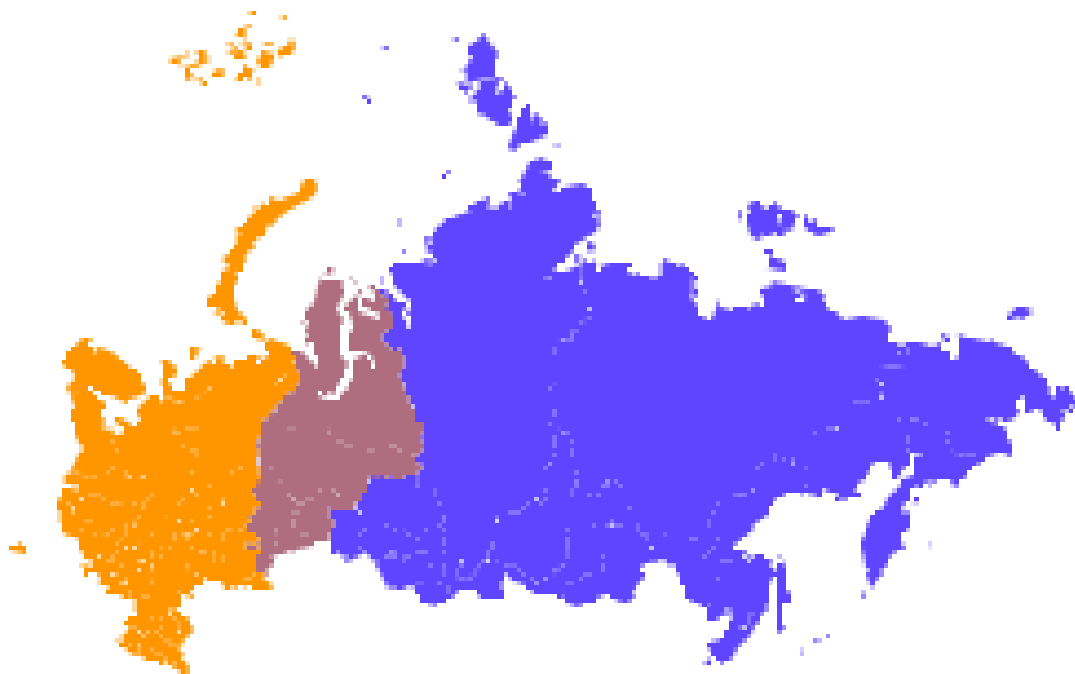


Рис. 1. Географическое отражение наиболее посещаемой интернет-площадки для купли-продажи автомобиля по регионам РФ (Avito.ru – оранжевый, Drom.ru – фиолетовый, примерный паритет в значениях – бордовый). Указано количество просмотров в среднем за 7 дней.

По данным LiveInternet 2015 год.

Однако, в том же году на данных сервиса TNS провело аналогичное исследование [8] по практически идентичному принципу, но уже между Avito.ru и Auto.ru, без Drom.ru.

Существующие исследования лишь косвенно могут дать некоторые ответы на интересующие нас вопросы. Так, различными авторами уже поднимались теоретические аспекты поведения потребителя на автомобильном рынке [9], особенности значимости владения автомобилем для потребителя [15]. Некоторому анализу подвергалась и эффективность рекламных компаний автопроизводителей и автодилеров на поведение потребителей [3]. Особенности формирования региональной специфики потребления так же поднимались, но в оторванном от сферы приобретения автомобилей ключе [6].

На данный момент есть лишь два исследования, которые ставили своей задачей раскрытие примерного географического распределения потребительских предпочтений в области автомобильных интернет-классифайдов. Одно проведено на основе данных сервиса Liveinternet в 2015 году [8]. Они выясняли географическое распределение на основе подсчета среднего числа просмотренных страниц в сутки и в среднем в неделю на двух сервисах – Avito.ru и Drom.ru. К сожалению, в данном исследовании не происходило сравнение с Auto.ru.

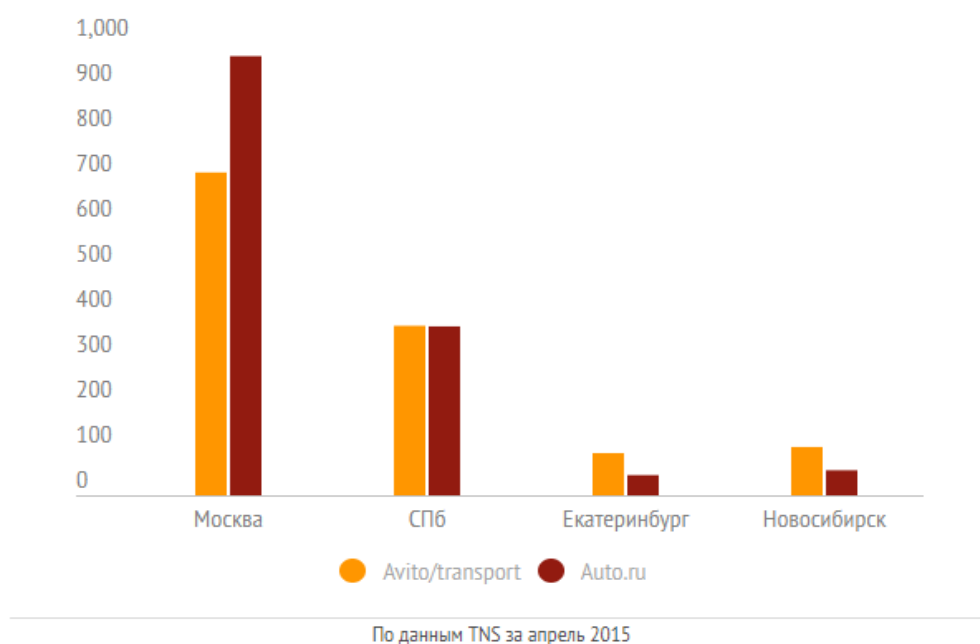


Рис. 2. Географическое отражение распределение популярности интернет-площадки для купли-продажи автомобиля Avito.ru и Auto.ru по регионам РФ по данным сервиса TNS в 2015 г.

Так что, сравнительное исследование сразу по 3-м площадкам с точки зрения географического распространения популярности классифайдов до сих пор отсутствует. К тому же приведенные исследования лишь фиксируют существующие соотношения популярности платформ, но не дают ответа на вопрос причинности именно такого распределения по регионам.

Особенное положение здесь занимает Калининградская область. Находясь в положении анклава, несмотря на общее информационное пространство с остальной Россией, в области сформировалось собственное уникальное распределение потребительских предпочтений при выборе интернет-площадок для купли-продажи автомобиля, где абсолютным лидером выступает Avito.ru, забирая себе около 94 % опубликованных объявлений по расчетам на апрель 2022 года. Ни один ближайший регион в РФ не показывает такого серьезного разрыва в популярности между площадками. В чем причина такого распределения потребительских предпочтений?

Для ответа на данные вопросы нами было проведено двухэтапное исследование. На первом этапе был проведен контент-анализ основных функциональных свойств трёх

наиболее популярных интернет-площадок для купли-продажи автомобиля. Это необходимо для понимания того, что не является ли какая-то площадка более функциональной и оттого имеет большое распространение. С этой целью был проведен контент-анализ каждой площадки в отдельности и были вычленены имеющиеся функции и возможности каждой из них. Суммарно на 3-х площадках было выделено 28 критериев (имеющихся функций), по которым мы можем сравнивать функционал площадок между собой. К таким критериям относились возможности просмотра объявлений, функций поиска, дополнительных справочных материалов и собственных СМИ, удобные расчеты стоимости обслуживания и ОСАГО, способы связи с продавцом, и многие другие элементы. Так же сопоставлялись существующие платные услуги и их стоимость. Результаты сопоставления всех трех площадок по сформированным критериям показывают, что с точки зрения имеющегося функционала и возможностей наиболее предпочтительной площадкой выступает Auto.ru с количеством в 22 пункта из 28 бинарных показателей. Avito.ru отвечает 21 из 28 представленных критериев, а Drom.ru – 19 из 28.

В то же время, с точки зрения финансовой предпочтительности, все площадки из 5 анализируемых критериев продемонстрировали значение = 4. При этом, Auto.ru и Avito.ru продемонстрировали паритет в финансовой предпочтительности, то есть весь спектр платных услуг оказался в идентичном денежном диапазоне. Drom.ru, набравший аналогичное значение более выгоден с точки зрения приобретения платных услуг для продвижения объявления, однако оказался дороже конкурентов с точки зрения приобретения пакетов с отчетами на автомобили.

Таким образом, все проанализированные площадки находятся в паритете и готовы предложить идентичный комплекс услуг при примерно равнозначной стоимости как для человека, желающего продать или купить личный автомобиль, так и для профессионального продавца и специалиста по подбору автомобилей. Различия имеются лишь в дополнительных, вторичных функциях.

Исходя из того, что в результате проведенного контент-анализа наиболее предпочтительной платформой является Auto.ru, а в суммарном количестве опубликованных объявлений он лишь замыкает тройку лидеров, мы можем говорить о наличии факторов, влияющих на потребительские предпочтения, находящихся вне конкретных свойств площадки. Это актуально и для Калининградской области, где Auto.ru на апрель 2023 г. занимает лишь 3 % от общего количества опубликованных объявлений, значительная часть которых лишь дублирует опубликованные объявления на Avito.ru.

Всё это позволяет попытаться рассмотреть сложившуюся проблему с социологического ракурса. Для выяснения особенностей формирования потребительских предпочтений при выборе интернет-площадки для купли-продажи автомобиля в Калининградской области нам необходим метод глубинного формализованного интервью. С помощью этого метода, мы можем получить информацию о мыслях, намерениях, представлениях индивида при выборе того или иного классифайда. Такую информацию невозможно получить методом опроса, так как предполагается более глубокое проникновение в мотивы респондента.

Для этого был сформирован гайд для интервью, насчитывающий в себе 48 вопросов, рассчитанный на различные группы пользователей: тех, кто пользуется лишь одной из исследуемых площадок; тех, кто пользуется несколькими площадками одновременно; профессиональных продавцов поддержанных автомобилей. В исследовании приняло участие 12 человек, из них 2 человека являлись экспертами.

Опираясь как на постулаты теорий, исходящих из идеи рационального поведения актора [10, с. 144], так и идей феноменологической школы [4, с. 242], которые позволяют рассмотреть поведение актора как итог интересубъективного формирования его жизненного мира, определяющего выбор того или иного решения, мы можем рассмотреть исследовательскую проблему с различных граней и указать на определяющий фактор, или на дуализм факторов [16, с. 12], при выборе актором интернет-классифайда для купли-продажи автомобиля.

В Калининградской области большинство респондентов рассматривают Avito.ru как единственную платформу, которая точно позволит им решить поставленную задачу как по поиску и покупке автомобиля, так и по его продаже. Об этом высказалось 100 % респондентов.

Первая, наиболее очевидная, гипотеза состоит в том, что популярна та площадка, у которой выше активность рекламной кампании. Вполне возможно, что Avito просто масштабнее и активнее позиционирует себя в регионе, нежели другие платформы. Для этого гайд сохранил ряд вопросов, посвященных рекламе исследуемых платформ. Так, большинству респондентов известны все три платформы. Так же, большинство респондентов видели рекламные материалы, посвященные аутсайдерам в регионе – Auto.ru и Drom.ru, и даже смогли воспроизвести содержание некоторых из них, но не пользовались ими или пользовались крайне редко и не планируют использовать в дальнейшем. О посредственной эффективности их рекламных кампаний свидетельствует следующий комментарий *«роликов с Авито, посвященных рекламе автомобилей я не помню, но помню рекламный ролик Авто.ру про «Все автомобили здесь» и могу сказать, что больше всего вижу рекламу Дрома. ... Вижу её в интернете, от почти всех автоблогеров, которых смотрю, они его рекламируют. Вижу её на улице, баннеры висят красно-белые»* (Ярослав, 21 год, Калининград). Не смотря на указанные респондентом диспропорции в просматриваемой рекламе он ни разу не заходил на Drom.ru и в принципе не рассматривает данный сервис как площадку для купли-продажи автомобиля, которая решит его задачу успешно.

Интервью с жителями Калининградской области старше 30 лет выявило, что респонденты всё же помнят информационную кампанию Avito.ru при заходе компании на Калининградский рынок в районе 2011–2012 гг. По их мнению, она имела значительные масштабы: *«Авито рекламировался везде, и по телевизору, и на улице везде баннеры весели, по радио было много рекламы. Это было лет 10–12 назад. Тогда многие туда заходили»* (Александра, 35 лет, Калининград). Эффективность данной рекламной кампании подтверждает и другой респондент. На вопрос о том, что послужило причиной обращения именно к Avito.ru при первом решении задачи по купле-продаже автомобиля интервьюируемый выделил рекламную кампанию: *«Наверное, впервые я решил зайти на Авито именно потому, что видел очень много рекламы данного сервиса»* (Сергей, 33 года, Калининград). На основе этих ответов, может сложиться впечатление о высокой эффективности рекламы, однако, те же самые респонденты старше 30 лет на вопрос о том, рекламу каких площадок они видят в настоящее время указали, преимущественно, на Drom.ru и Auto.ru: *«Сейчас в основном вижу рекламу Дрома, у всех блогеров, что я смотрю, они вот его рекламируют. В интернет появляются окошки такие с рекламой. Тож же Дром. Авто.ру видел рекламу. Тож же у некоторых блогеров она есть, там и Дром и Авто.ру они могут рекламировать в разных роликах»* (Андрей, 35 лет, Калининград). Тем не менее, не смотря на обилие рекламных материалов, ни молодые, ни более возрастные респонденты не считают, что *сейчас* реклама этих платформ оказывает на них влияние и вызывает желание посетить платформу. Ряд респондентов указал на то, что не *«видит смысла тратить силы»* (Светлана, 30 лет, Калининград) на регистрацию и публикацию объявления на какой-либо иной площадке, так как там *«никто не публикуется»*. При этом, сам респондент никогда не заходил на альтернативные классифайды, и его позиция о непопулярности основано лишь на собственных представлениях.

Интересен ответ двух респондентов, имеющих собственный опыт взаимодействия с сервисом Auto.ru. Так, оба респондента указали, что считают Auto.ru более качественным и функциональным сервисом: *«Авто.ру, он надежнее, лучше проверяет объявления, никакого обмана там не опубликовать, всяких мошенников там нет, потому что проверка, несколько этапов»* (Андрей, 35 лет, Калининград). Помимо безопасности для пользователя, у Auto.ru были отмечены преимущества в интерфейсе: *«Я считаю, что Авто.ру лучше подходит для продажи машины, там интерфейс лучше. Он удобный, найти машину именно, любые фильтры выставил, отзывы владельцев почитал и всё в таком духе. Он специально для этого сделан. Авито, конечно, не такой удобный»* (Михаил, 45 лет, Калининград). При этом, оба пользователя отметили, что не считают, что смогут успешно продать в Калининградской об-

ласти автомобиль через Auto.ru, оба предпочитают Avito.ru. Эти ответы фиксирует достаточно парадоксальное явление. С точки зрения проведенного контент-анализа наиболее функциональной площадкой оказалась Auto.ru, об этом высказался и ряд респондентов, но при этом пользоваться они ей для решения своих задач не планируют. Что, помимо рекламной кампании десятилетней давности, стимулирует людей обращаться лишь к одной платформе?

Для этого был задан вопрос об авторитетных каналах получения информации о предпочтительности выбора той или иной платформы. Наиболее авторитетным каналом для получения такой информации респонденты обозначили рекомендации родителей и близких друзей: *«Наиболее важным для меня были бы рекомендации близких людей, супруга, отца, у них есть опыт... Реклама для меня, наверное, никакого значения не имеет»* (Светлана, 30 лет, Калининград). Этот же респондент на гипотетическую ситуацию о том, как бы она вела себя сейчас при отсутствии личного опыта продажи автомобиля ответила, что не стала бы обращаться к какой-либо еще платформе, если бы близкие люди посоветовали ей какую-то конкретную: *«Я даже бы не стала заходить или смотреть другие сервисы»* (Светлана, 30 лет, Калининград). Рекламные материалы рассматриваются респондентами как слабо влияющий фактор на принимаемое решение о выборе платформы, однако имелись ответы, где реклама выступала важным информирующим каналом: *«Реклама мне, наверное, помогает узнать о чём-то, что есть. Я спрошу близких людей, какую платформу они бы посоветовали, но из-за того, что видел какую-то рекламу, я всё равно, хотя бы, зайду – посмотрю, что там есть вообще и сам уже приму решение»* (Михаил, 45 лет, Калининград). Дополнительно укрепляет лояльность пользователя к определенной платформе именно собственный опыт взаимодействия с площадкой: *«С Auto.ru мне не поступали ни сообщения, ни звонки. Вообще не понял, зачем люди публикуют там автомобили, а на Avito выставил, недели через две, наверное, продал. Тоже там всего 2–3 звонка было, но и покупатель нашёлся»* (Сергей, 32 года, Калининград). При этом, очевидно, что личный опыт становится следствием предыдущего выбора, и, как правило, респонденты отмечают всё те же рекомендации близких людей и их опыт.

Таким образом, мы можем зафиксировать, что наиболее влиятельным информационным каналом при выборе интернет-площадки для купли-продажи автомобиля в Калининградской области являются рекомендации близких людей, имеющих собственный опыт. Рекламные материалы в настоящий момент, исходя из ответов респондентов, мы не можем рассматривать как определяющий канал, влияющий на обращение к той или иной платформе. Однако, в период начала 2010-х годов данный канал имел более высокую значимость за счет отсутствия подобных сервисов на рынке и, как следствие, опыта пользования у населения, ввиду чего, возможно, люди охотнее откликались на рекламные предложения.

Стоит иметь в виду, что не только рекомендации близких людей определяют останется ли пользователь с площадкой в дальнейшем и будет ли сам рекомендовать её кому-либо. Для выяснения, почему калининградцы считают именно Avito.ru наиболее предпочтительной платформой в гайде существовал соответствующий блок вопросов. Так, абсолютное большинство респондентов высказало идентичную позицию. По их мнению, причина по которой они пользуются Avito.ru в том, что данная площадка располагает наибольшим количеством аудитории – как продавцов, так покупателей различных автомобилей: *«На Авито больше всего людей. То есть, чем больше тебя просматривают, тем больше шансов, что ты что-то сможешь продать быстрее. Тоже самое, когда купить что-нибудь хочешь, больше товаров найдёшь»* (Ирина, 28 лет, Калининград); *«На Авито вот какую-нибудь машину смотришь, Фольксваген Поло, например, там их будет 300 машин, а на каком-нибудь Авто.ру 25, может 30 и будут они те же, что и на Авито. Поэтому, понятно же, что я буду в первую очередь искать там, где машин больше и продавать буду там же»* (Андрей, 35 лет, Калининград). Помимо количества аудитории несколько респондентов выделили удобство интерфейса и его интуитивность: *«На Авито очень понятно, куда нажимать, очень легко найти что-то, мне очень нравится, как оно устроено, приятно пользоваться, наверное поэтом. Другие платформы, как по мне, более сложные»* (Александра, 35 лет, Калининград).

Дополнительным фактором, укрепляющим лояльность пользователя в Калининградской области именно к Avito.ru для продажи или покупки автомобиля является наличие опыта покупки или продажи каких-либо других вещей на этой площадке: *«Я много каких вещей и покупал и продавал сам, кроме машины, поэтому я знаю, что сервис рабочий, как в нём что делать, поэтому именно к нему и обращаюсь»* (Сергей, 32 года, Калининград). Все респонденты, использующие Avito.ru для продажи-покупки автомобиля, используют этот сервис и для продажи-покупки недвижимости, личных вещей и услуг. Все опрошенные респонденты подтвердили, что рассматривают именно Avito.ru как сервис для покупки-продажи автомобиля, так и для иных товаров в равной степени. То есть, они не разделяют эти задачи между несколькими площадками.

Отдельно обозначим мнения экспертов. В нашем случае, ими выступают люди, заработок которых основан на поиске и покупке автомобилей и их дальнейшей перепродаже по более высокой цене. Из этого следует, что такие люди регулярно сталкиваются с работой исследуемых интернет-площадок, погружены в их особенности и заинтересованы в их максимальной эффективности. Тем не менее, ответы экспертов в Калининградской области оказались близки к ответам рядовых пользователей площадок. Эксперты так же выделили объем аудитории как определяющий фактор выбора классифайда. Финансовый фактор пользования платформой, по мнению экспертов, не оказывает влияния на их выбор: *«Да, может на Дроме там дешевле несколько объявлений опубликовать, но я лучше заплачу там эти 600–700 рублей на Авито и быстрее продам автомобиль, чем он на Дроме будет висеть»* (Игорь, 42 года, Калининград). Так же, одним из экспертов была отмечена легкость публикации именно на Avito.ru. *«На Авито проще опубликоваться, там быстрее модерация идет, меньше, именно, этапов публикации. На Авто.ру сильно дольше это делать, и людей там мало, поэтому не вижу смысла особо там публиковать»* (Павел, 29 лет, Калининград).

Существует и обратный комментарий, относительно простоты публикации на Avito.ru: *«На Авито можно выставить что попало. Там очень много машин, которые на самом деле липовые, всякие разводы, махинации. И я натыкался, и товарищи. Вот на Авто.ру, я считаю, почему машин меньше, а потому, что все эти мошенники и перекупы туда не лезут, там проверка лучше, все машины нормальные, хотя бы настоящие, но их, в общем числе, меньше объявлений, поэтому Авито всё таки больше используют»* (Михаил, 45 лет, Калининград).

Подводя итог, можно заключить, что в Калининградской области доминирующей интернет-площадкой для купли-продажи автомобиля, исходя из ответов респондентов, является Avito.ru. Это полностью соотносится с нашими предположениями, основанными на количестве опубликованных объявлений на различных классифайдах. Основываясь на анализе ответов, можно предположить, что существующее распределение потребительских предпочтений связано с особенностями интересующего жизненного мира потребителей в Калининградской области. Учитывая определенную степень изолированности области и небольшое количество населения длительное время федеральные игроки не заходили на калининградский рынок, поэтому до 2011–2012 годов наиболее используемым классифайдом была региональная газета «Из рук в руки», о ней вспомнила почти половина респондентов. Первой из исследуемых площадок в регион зашел именно Avito.ru. Как уже цитировалось ранее, респонденты оценивали рекламную кампанию этого сервиса как масштабную, заинтересовавшую значительное количество людей. В этот период значимым каналом пополнения аудитории являлась именно реклама, а не личные рекомендации.

За прошедшие годы данный сервис, изначально как монополист, смог завоевать весь рынок покупки-продажи товаров и услуг. Ввиду экономического развития области, роста населения и узнаваемости региона, в последние годы два других федеральных игрока – Auto.ru и Drom.ru пытаются зайти на Калининградский рынок. На это так же указывают ответы респондентов, отмечающие обилие рекламы именно этих сервисов, как на улице, так и по ТВ, и в Интернете. Тем не менее, в настоящий момент, респонденты указывают на отсутствие влияния этой рекламы на их предпочтения и отмечают, что не испытывают желание пользоваться какими-либо другими площадками. Наиболее авторитетным каналом

для выбора платформы на данный момент являются рекомендации близких людей, имеющих собственный опыт. Все респонденты высказали, что они и сами бы порекомендовали для купли-продажи автомобиля именно Avito.ru, если бы у них спросили об этом в настоящий момент.

При этом, проведенный контент анализ продемонстрировал, что Avito.ru не является наиболее функциональным сервисом из существующих, уступая Auto.ru. На преимущества в функциях, безопасности, интерфейсе именно у Auto.ru указало большинство пользователей, которые имели собственный опыт работы с данной площадкой. Как мы видим, функциональные преимущества не являются определяющим фактором при выборе платформы, так же, как и реклама.

За годы монополизма, Avito.ru смог сформировать у значительного количества людей в регионе определенные типизации, выражаясь языком Т. Лукмана и П. Бергера [4, с. 55], то есть, устойчивые представления о единственно верном решении – объективном и очевидном. Эта типизация передается в межиндивидуальном общении и фиксируется у индивидов, которые до этого не имели в сознании подобной установки. Опираясь на опыт и слова близких людей, индивид, за частую, игнорирует другие пути решения поставленной задачи и сразу обращается к тому, который был рекомендован, работу которого он мог видеть сам, этот путь кажется человеку рациональным. Однако, это ощущение рациональности в реальности оказывается следствием слияния типизаций множества индивидов. Таким образом и складывается тот самый интерсубъективный мир, когда человеку кажется, что какое-либо действие единственно верно, потому что так делают все вокруг. Тем самым он повторяет его и способствует тому, чтобы его повторили другие. Именно за счет этого явления на данный момент культивируется и продолжит культивироваться популярность Avito.ru как доминирующей площадки для купли-продажи автомобиля. Это подтверждают ответы респондентов в различных блоках вопросов. Тем самым, мы открываем практически неизученный аспект формирования потребительских предпочтений при выборе интернет-классифайда для купли-продажи автомобиля в других регионах РФ, в которых потребительские предпочтения распределены совершенно другим образом. Эти исследования имеют смысл как в научном русле изучения теории поведения потребителей, так и в чисто коммерческом, когда перед компанией стоит задача покорить уже сформированный рынок товаров и услуг.

Литература

1. Авито Авто – платформа № 1 для покупки и продажи автомобилей. АА «Автостат». – URL: <https://www.autostat.ru/infographics/52133/> (дата обращения: 13.04.2023).
2. Автомобилизация России. ЭЭ «Руэксперт». – URL: https://ruxpert.ru/Статистика:-Автомобилизация_России (дата обращения: 15.03. 2023).
3. Антисескул Е.А., Поплавских Е.С. Технологии HR-брендинга на автомобильном рынке // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. – 2021. – № 4. – С. 245–257.
4. Бергер П. Социальное конструирование реальности: Трактат по социол. знания / Питер Бергер, Томас Лукман. – М.: Моск. филос. фонд, 1995. – 322 с.
5. Воловская Н.М. Предпочтения потребителей: понятие, теоретические подходы / Н.М. Воловская, А.И. Идрисова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 4-1 (62). – С. 73–75.
6. Голубовская О.Л. Региональная идентичность как фактор, влияющий на потребительский выбор (на примере Пензенской области) // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. – 2011. – № 3. – С. 74–81.
7. Данные о продажах автомобилей в России с января по декабрь 2021 года. «Auto.VERcity». – URL: <https://auto.vercity.ru/statistics/sales/europe/2021/russia/01-12/> (дата обращения: 08.04.2023).
8. Как Avito.ru, Drom.ru и Auto.ru делят автомобильную Россию ИА «РОЕМ». – URL: <https://roem.ru/14-07-2015/199626/avito-drom/> (дата обращения: 16.04.2023).

9. Кононенко Р.В. Стилевые особенности автомобильного потребления: объективные и субъективные аспекты // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2010. – № 1. – С. 27–34.
10. Кощеев Э.Д. Теория рационального выбора в истории социологии // ИСОМ. – 2012. – № 5. – С. 142–145.
11. На каких сайтах стоит продавать авто? ИД «За рулем». – URL: <https://zr.ru.turbopages.org/zr.ru/s/content/news/924851-kakie-sajty-ispolzuem-dlya-pro/> (дата обращения: 04.04.2023).
12. Продажи легковых машин с пробегом в 2021 году выросли почти на 25 %. ДИ «Ведомости». – URL: <https://www.vedomosti.ru/auto/articles/2022/01/20/905769-prodazhi-legkovih/> (дата обращения: 12.04.2023).
13. Рынок автомобилей с пробегом в 2022 году. ТОП-30 регионов России. АА «Автостат». – URL: <https://www.autostat.ru/press-releases/53769/> (Дата обращения 15.04.2023)
14. Рынок новых легковых автомобилей в 2022 году. АА «Автостат». – URL: <https://www.autostat.ru/press-releases/53553/> (дата обращения: 13.04.2023).
15. Сорокина Н.В., Алипов Д.В. Средство передвижения и статусной мобильности: машина в социокультурной перспективе // ЖССА. – 2013. – № 3. – С. 210–215.
16. Ядов В.А. Возможности совмещения теоретических парадигм в социологии // Социологический журнал. – 2003. – № 3. – С. 6–19.

ФАББИНГ КАК РЕЗУЛЬТАТ ВЛИЯНИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ

**Приходько Анастасия Евгеньевна,
Максимова Ольга Александровна**

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Множество теорий существует и разрабатывается для того, чтобы понять и изучить влияние цифровизации на каждого из нас и мир в целом. Человечеству понятны преимущества развития интернет-технологий, от практически-полезных до коммерчески-выгодных. С одной стороны, мы видим бесконечный потенциал в личностном развитии, увеличении образовательных перспектив, в возможности связывать нас с людьми со всего мира. Но, с другой стороны, это приводит нас к тому, что мы игнорируем тех, кто находится в нашем окружении. Смартфон стал частью нашей жизни, которую мы сознательно или неосознанно проживаем в социальных сетях. Это явление фактически меняет наши социальные нормы и влияет на наше общение и поведение. В статье представлен анализ результатов исследования фаббинга среди казанской молодежи.

Ключевые слова: цифровизация, коммуникационные практики, фаббинг, молодежь, информационное общество.

С начала XXI века темпы научно-технического прогресса с каждым годом только ускоряются, особенно, в сфере цифровых технологий и IT-инженерии. Глобальный интернет становится доступен на более разнообразных платформах и технических устройствах. Согласно общемировой статистике – стабильно растет вовлеченность людей в интернет и количество пользователей смартфонов и социальных сетей. Смартфоны являются уже привычной частью жизни для 2/3 населения всей Земли. В частности, население России является одним из самых включенных в интернет-пространство [1]. В результате трансформации общества появились и новые явления внутри него, такие как: аддикция, интернет-зависимость, синдромы «ФОМО» (от англ. «fear of missing out») и «Второго экрана» (от англ. «second screen syndrome»), фаббинг и различные социальные проявления в цифровом пространстве. Фаббинг – явление комплексное и сложное, поэтому вбирает в себя эти синдромы и многие

другие. Исследования в этой области все еще находятся в зачаточном состоянии, поэтому существует необходимость в проведении дополнительных исследований, чтобы понять феномен фаббинга [2, с. 103].

В дискурсе исследований на тему фаббинга чаще всего изучают молодежь. Большинство процессов во всех сферах жизни общества выстроены так, что человеку необходимо уметь пользоваться цифровой техникой и быть включенным в интернет. Существует разница в том, как каждое из поколений применяет и принимает цифровые технологии. Молодые люди чаще и быстрее остальных внедряют в свою жизнь новые практики, частично заимствованные из интернета. Изучая молодежь легче всего отследить появление новых практик, которые впоследствии будут перенимать старшие поколения. Поэтому исследование было проведено среди молодежи г. Казань в рамках качественно-количественного подхода. Было проведено 3 фокус-группы по 8 участников в каждой и собрано 400 анкет среди казанской молодежи, по квотной выборке. Такой синтез необходим для всестороннего описания объекта и предмета исследования, с целью более детального изучения фаббинга как социального явления, его причин, проявлений и последствий.

Мы не можем рассматривать фаббинг как исключительно прямой результат зависимости от гаджетов и интернета; он анализируется как социальное явление с момента проявления до изменения социальных норм и применения фаббинга как паттерна взаимодействия, сформированного вхождением цифровых технологий в нашу жизнь. Таким образом, фаббинг (от англ. «phone» – телефон и «snubbing» – пренебрежение) – это пренебрежительное отношение к кому-либо в социальной среде или пренебрежение реальным и живым общением посредством отвлечения внимания в смартфон [2, с. 101]. В этом явлении мы можем выделить такие компоненты как: фаббер, человек им затронутый и социальная среда. Фаббер (англ. «Phubber») – человек использующий смартфон во время разговора или любого другого социального взаимодействия. Фабби (англ. «Phubbee») – человек, который затронут действиями фаббера. И третий компонент – социальная среда, которая включает в себя социальный контекст ситуации и подразумевает взаимодействие двух и более человек. Суть фаббинга заключается в том, что если человек использует смартфон без присутствия людей, то это не может считаться фаббингом [2, с. 102].

Для понимания феномена, необходимо раскрыть причины его появления, в частности, те триггеры, которые могут побуждать человека обратить внимание на смартфон, как во время общения, так и в повседневных делах. В основном, причинами обращения в смартфон становятся: потребность узнать погоду или новости (повседневные вещи); необходимость «убить время»; моменты, когда становится скучно; во время отдыха или приема пищи. На вопрос о том, по какой причине человек может отвлечься во время разговора, выделяется три основных причины: «срочный звонок, что-либо срочное», «боюсь упустить что-то важное» и «если наступает неловкое молчание». Женщины в большей мере боятся упустить важную информацию в интернете. Мужчины же на 10 % больше женщин переживают о том, что могут пропустить важный срочный звонок, а также 32 % от опрошенных мужчин снимают стресс и усталость в сети. Одним из ярких примеров служит высказывание участника фокус-группы: *«У меня диаминная зависимость от веселых видео в телефоне, поэтому я себя не ограничиваю в этом»* (студент, 21 год).

Даже, когда люди замечают увеличение времени использования гаджетов в своей повседневной деятельности, то считают это интернет-зависимостью. И фаббинг этого не исключает. Но мы можем утверждать, что фаббинг для общества невидим, о нем мало исследований и в информационном поле практически нет никакой информации. Следует уточнить, что фаббинг не синоним интернет-зависимости, но зависимость от гаджетов может быть одной из причин фаббинга. Из маленьких и незаметных привычек формируется наш образ жизни и стиль общения. Независимо от того привычка это или интернет-зависимость – все те действия, что мы совершаем регулярно, взаимодействуя с цифровой средой, которые могут быть включены в наше общение с другими людьми, являются чертой фаббинга. Примеры таких привычек мы раскроем более подробно. Результаты как анкетирования, так и фокус-

групп подтверждают наличие привычки проверять свой телефон утром – $\frac{3}{4}$ от опрошенных. *«Да, у меня есть такая привычка. Также есть привычка засыпать с телефоном и с утра сразу же после пробуждения заходить в соцсети»* (студентка, 19 лет). *«На счёт привычек, наверное, всегда утром в первую очередь смотрю в телефон и ночью также, не могу уснуть без прослушивания историй на ночь»* (работающий, 27 лет).

Если есть привычки по утрам просматривать свой телефон, и по вечерам, регулярно, то возникает вопрос, того, как еще может проявляться привязанность к гаджетам, в иных случаях, зависимость от них. Но респонденты не совсем согласны с утверждением о собственной неполноценности в отсутствии телефона. На фокус-группах однозначной позиции на этот счет не было. *«Так получилось, что у нас любая коммуникация сазана именно через телефон, поэтому без него мы уже не можем ни учиться, ни гулять – ничего, так получилось просто»* (студент, 20 лет). *«Ну вот у меня также, то есть, пока я не сплю. Я постоянно в телефоне либо в ноутбуке, потому что везде коммуникация со всеми идёт и по работе, и по учёбе»* (студентка, 19 лет). *«Я бы прожила день без ноута и телефона, если бы у меня не было внешних обязательств и жизнь была бы более интереса, чтобы не было потребности в телефоне»* (работающая, 26 лет).

Сопоставляя результат анкетирования и ответы информантов, мы можем сказать, что у молодых людей нет прямой зависимости непосредственно от самих гаджетов, есть необходимость обмениваться информацией, общаться, вести деятельность в интернете. А также, мы видим, что интернет занимает очень большую долю развлечений. Например, более половины подростков отмечает, что чувствует себя комфортно в отсутствии телефона или без доступа к интернету. При этом они осознают чрезмерность и возможные негативные последствия погружения в цифровую среду. Некоторые из них стремились сократить время в сети, но почти ни у кого это не завершилось успешно. Получается, что если человек и привязан к смартфону, то из-за содержащихся в нем свойств, позволяющий выйти на взаимодействие с другими людьми. Респонденты не согласны с тем, что их увлечение телефоном увеличивается с каждым днем.

В компаниях друзей личное общение выстраивается, в том числе, и через телефон – молодые люди что-то показывают, включают или пересылают в реальном времени, находясь рядом друг с другом. По результатам анкетирования, мы можем сказать, что 90 % опрошенных хотя бы раз показывали что-то в телефоне друзьям. Это еще одна повсеместная практика среди молодежи – показывать фото и видео во время живого общения. *«Ну, в компании, если наступает момент, что там, кто достаёт телефон это превращается в то, что давай смотреть мемы. Ну, обычно нас трое там собирается. И вот, кто достал, мы все к нему и давай что-то смотреть»* (студент, 22 года). *«Я просто иногда там листаю новостную ленту ВКонтакте нахожу какую-нибудь картинку, скидываю в группу с друзьями, даже если мы сейчас вместе сидим»* (студент, 20 лет). *«А я телефоном в лицо очень люблю тыкать. Но меня бесит, когда не могу всем это показать, потому что кто-то может не понять, кого-то это может не касаться»* (работающая, 23 года). Такое включение цифровых технологий в живое общение любимая многими практика. Важно то, что это не является фаббингом, но может его спровоцировать, например, в случае если человек настолько сильно будет увлечен подбором видео или фото под ситуацию, что совсем «выпадет» из разговора.

Ещё одна привычка, часто проявляющаяся среди молодых людей – проверка времени. В некоторой степени смартфон заменил наручные часы, с другой стороны, часть из них преобразовалась в smart-часы. Но особенность привычки заключается в том, что у человека может возникнуть необходимость посмотреть на время несколько раз за минуту. *«Включить телефон и просто не знаю зачем... Просто надо, чтобы руки занять, чтобы переключиться или что-то ещё. Это неосознанно выходит - ты просто берёшь телефон и начинаешь меню туда-сюда, там зайдешь куда-нибудь, еще че-то, зайдешь в мессенджер – ничего нету, выйдешь... Заблокируешь, засунешь его обратно и думаешь: «Что это сейчас было?»* (работающая, 25 лет). *«Когда скучно. Просто сидишь и сидишь - ждешь, и всё. Взяла*

и телефон засунула и всегда – что, что между этими действиями было? Не помнишь просто» (студентка, 18 лет).

Не всегда проверка своего смартфона – бессознательное действие: *«Ну, если конкретно про светофоры, я за собой часто замечал, что ну, вот нет цели, но просто ты вытащил телефон, так время посмотрел и обрадовался... что я сделал? Я не помню. Да, отвлекся, но это буквально секунду - посмотреть время и обратно засунуть. Ну, на самом деле, возможно, в это время ты думаешь: «А может быть кто-то написал и могу, там, поболтать в это время»* (студент, 22 года). В частности, по этому высказыванию мы видим, что информант отмечает «... А может кто-то написал...», это наталкивает на мысль о том, что есть перманентная потребность в коммуникации с кем-то, и в моменты, когда ты понимаешь, что не можешь поговорить с кем-то лично, то бессознательно ищешь собеседника в интернете. Анализируя высказывания информантов, мы видим, что есть потребность хотя бы на мгновение включить экран смартфона и посмотреть туда возникает в моменты «застоя ситуации», то есть тогда, когда ничего не происходит. Человеку необходимо что-нибудь сделать и первое, что приходит в голову – использование смартфона. Что примечательно, это делается часто в короткий промежуток времени и как правило человек не вникает в просматриваемую информацию, то есть делает это зачастую бессознательно.

Ритму жизни большого города соответствует такое качество как многозадачность. Так молодые люди, успевают и работать, и учиться одновременно, получается, что иногда фаббинг проявляется из-за позитивных целей - найти дополнительную информацию или переключится на другую тему. Но зачастую, мы встречаем ситуации, в которых фаббинг на учебе происходит по причине «чем-нибудь себя занять на скучных парах» или отдохнуть на работе, что может длиться дольше, чем это необходимо и безвредно для работоспособности человека. Порой фаббинг проявляется на рабочем или учебном месте как синдром «второго экрана», который выражается в потребности получить наибольший объем информации или совершить больше действий в короткий промежуток времени. Например, это параллельный просмотр фильма и использование телефона. Одна из информантов, во время онлайн фокус-группы поделилась своими мыслями на этот счет: *«Все время, постоянно хотелось поставить созвон на двойную скорость, и играть в какую-то игрушку на фоне или что-то смотреть. Потому что мне медленно слишком это и слишком мало дел в одно время осуществляется»* (работающая, 23 года).

Синдром «второго экрана» особенно ярко может проявляться во время разговора по телефону или видеосвязи. Так мы можем говорить об онлайн-фаббинге, который не изучался другими исследователями. *«И, вот, у нас тоже подруга есть знакомая, с которой созвонимся по видеосвязи. Она еще так громко и так видно, что она печатает, обычно это не видно, когда человек там, это делает либо тихо старается...»* (студент, 21 год). Многие информанты подтверждали, что могут параллельно с разговором через смартфон, в нем же делать еще-что либо, что им необходимо, доходя до того, что играть в игры. 75 % опрошенных замечали онлайн-фаббинг как за своими друзьями, так и за собой. Онлайн-фаббинг по своей структуре является тем же явлением, что и обычный фаббинг, отличие его только в том, что он менее заметен для собеседника и проходит в виртуальной среде.

Исследования подтверждают, что использование телефона во время личной коммуникации может вызвать чувство неприятия и социальной отчужденности, поскольку фаббинг может восприниматься как грубое и неуважительное отношение к собеседнику. Некоторые исследователи называют фаббинг «отсутствующим присутствием», поскольку человек физически находится рядом с вами, но при этом не вникает в суть разговора, тем самым, исключая человека из разговора. Результаты опроса подтверждают, что человеку обиднее всего, когда его не слушают, ну и второстепенно, оба варианта, и только небольшая доля тех, кто обижается только на то, когда человек прерывает свой рассказ фаббингом.

Большая доля исследований фаббинга и наше, в том числе, подтверждают, что фаббинг со стороны близких для нас людей наиболее заметен и влиятелен. *«Когда вот там один на один, вот и немного подбешивает, потому что ну, камон: «Ну, давай пообщаемся» ...ты*

не совсем тому время уделяешь...» Результаты анкетирования подтверждают, что среди тех, кто замечает фаббинг за собой, то они отмечают такой паттерн поведения и среди своих друзей. Тех, кто не является фаббером или просто этого не замечает, но при этом считает, что интернет-зависимость есть у их друзей – 10 % от опрошенных. Исходя из этого, мы можем говорить о том, что за близким окружением мы следим также внимательно, как и за собой, во всяком случае, при личной встрече. *«Думаю, одинаково, что со стороны друзей, пары, родителей или же преподавателей, разумеется фаббинг более негативно влияет на близких людей, а также на деловых партнёрах или коллегах»* (студентка, 19 лет). *«Думаю, фаббинг обиднее, когда кто-то рассказывает, ведь человек требует твоего внимания и мнения, а ты отвлекаешься на другие факторы»* (студент, 21 год). Как правило, человек готов подождать собеседника, пока он не решит срочное и важное для него дело: *«Ну, ты разберись со своими делами, а потом будем разговаривать, мне неприятно»* (работающая, 22 года). В момент, когда фокус внимания смещен на смартфон, $\frac{3}{4}$ от опрошенных подтвердили, что собеседник теряет суть разговора, все сильнее погружаясь в свой гаджет, тем самым на время уходя от коммуникации и как бы отдаляясь.

«Сидишь и думаешь: «А я тебе вообще тут нужен?» (студентка, 19 лет). *«Иногда думаешь: ну и зачем я с тобой вообще говорю?»*. И это не в плане как бы, зря время потратил, а в плане: *«Я тебе настолько неинтересен?»*. Такие высказывания как *«А я тебе вообще тут нужен?»*, *«Ну и зачем я с тобой говорю»*, *«Я тебе неинтересен?»*, *«Тебе скучно со мной?»* – они выражают сомнение со стороны человека в том, что он нужен, интересен своему партнеру, другу, в частности, собеседнику. Страх того, что есть «что-то интереснее» в смартфоне, а не в тебе самом. Современный человек объективирует свой внутренний мир и переживания внутри технологий. Тем самым, проецируя свое ощущение и модель поведения на собеседника, мы можем ощущать отчуждение. Это происходит потому, что по неочевидным для нас причинам человек уходит из взаимодействия с нами. В близких взаимоотношениях с людьми нам важно быть услышанными, получить ответную реакцию на наши действия или рассказ, то есть собеседник является для нас значимым другим. И отсутствие внимания и погруженности в суть вашего рассказа, что и происходит во время фаббинга, порождает чувство отстраненности, исключенности и одиночества. *«Ну, просто, может он там либо параллельно с кем-то переписывается, и при этом, если он улавливает суть, о чем я говорю, то норм. А если нет, то вот это уже подбешивает, типа: «Убери, ну ты же не ценишь меня, тогда убирай, либо там, либо тут»* (студент, 22 года).

Отказ от гаджетов или их удаление из поля зрения во время встречи с друзьями и близкими обоснованы частой негативной реакцией на использование смартфона во время разговора. При сопоставлении вопросов о том, делают ли респонденты замечание друзьям-фабберам и отвлекаются ли они сами на телефон во время разговора – мы видим, что 52 % опрошенных иногда или редко отвлекаются на телефон, и 25 % стараются не отвлекаться. *«Во время личного общения я сама в телефон стараюсь не залезать, но при мне такое было и меня это очень раздражает»* (работающая, 23 года). *«Ну да, я не отвлекаюсь искренне, если человек интересный, но если нет, то не отвлекаюсь только из уважения»* (работающий, 27 лет).

Смартфон наш постоянный спутник в современном мире, он дает много возможностей, и мы привыкли выстраивать взаимоотношения с применением цифровых технологий – там многое, что касается работы или любой другой деятельности, все поставлено на автоматизацию. Виртуальная среда привычна молодым, и они видят в ней потенциал лучше остальных. *«Ну вот, лично у меня телефон всегда с собой - всегда в кармане. Ночью только вот откладываю, возле кровати он у мен лежит»* (студент, 20 лет). Цифровое пространство дает множество преимуществ, но занимает значимый процент нашей жизни и нашего внимания, от этого возникает усталость и ощущение перегруженности сознания. Перегруженность и усталость от взаимодействия в виртуальном пространстве часто приводит к игнорированию даже самых близких для человека людей. *«Бывает такое состояние, когда очень сильно устаешь от гаджетов, телефонов и просто приходишь домой, всем «досвидания, я сегодня*

отсутствую», просто выкидываю телефон в другой конец комнаты и вообще не трогаю, то есть в этом есть потребность, его не трогать даже» (работающий, 25 лет). Каждый из информантов выделил момент того, что наличие большого количества чатов по работе или учебе угнетали их, и выходя из перегруженного информационного поля человек чувствовал легкость.

На фокус-группах информантами была высказана мысль о том, что без телефона жизнь насыщеннее и интереснее, и то, что в моменты, когда жизнь наполнена разными событиями ты не потянешься к телефону. Это подтверждают и другие участники фокус-групп: *«Доступ к естественному серотонину обеднел, поэтому нередко делают детокс от соцсетей и прочего, чтобы доступ этот восстановить, это пытаются лечить даже. Я просто за естественный серотонин!! Поэтому для меня это как общественная проблема. Я за дзен и ощущение окружающего мира и природы без дополнительных вещей каких-то» (студент, 22 года).* Таким образом, как считает один из информантов, смартфон является источником легкого серотонина и именно поэтому в моменты, когда человеку скучно или неинтересна тема разговора, он обращается в телефон за «дозой серотонина», чтобы расслабиться и получить позитивные эмоции. Осуществление детокса для некоторых необходимо при помощи внешних факторов, то есть погружения в ту обстановку, которая не потребует применения смартфона, а некоторые из информантов делают это на регулярной основе, в повседневной деятельности.

Мы не утверждаем об абсолютно полярных взглядах информантов о фаббинге, но можем выделить две основных позиции в восприятии и практике фаббинга: те, кто считает фаббинг нормой, сами могут прибегать к нему и те, кто ищет баланс в применении гаджетов и живом общении. При этом, все сошлись во мнении в том, что необходим баланс в том, как часто мы используем смартфоны в общении друг с другом: *«Отношусь я к этому нормально, как я говорил, нужно знать меру, и тогда внедрение технологий станет хорошей опорой, а не обузой, мир вынужден развиваться для нашего же удобства, а как мы это развитие используем уже зависит от нас» (студент, 20 лет).* Фаббинг – явление самовоспроизводящееся, поскольку в стремлении уйти в виртуальную, комфортную, интересную и насыщенную событиями реальность; в попытке убежать от одиночества, с ощущением которого мы часто сталкиваемся в жизни, мы снова провоцируем это одиночество. Пример из полученных эмпирических данных: в компании друзей фаббинг «заразителен» - за первым погружившемся в смартфон, пойдут остальные пока абсолютно все в компании не начнут что-либо делать в своем телефоне. Это может продолжаться до того момента, пока один из компании не сделает замечание по ситуации. Также, путем сопоставления результатов анкетирования и высказываний из фокус-групп, мы выяснили, что фаббинг в близких отношениях и в частых проявлениях может спроецировать негативную реакцию, в конечном счете, деструктивно повлиять на общение. При этом, ни один из опрошенных не отметил позитивного влияния фаббинга на взаимоотношения. Также информанты подтвердили иногда возникающее чувство исключенности из разговора, отчужденности и одиночества в моменты, когда подвергались фаббингу. Важно уточнить, что вышеописанное не является позицией всех опрошенных. Большинство людей либо не замечает фаббинг в своей жизни, поскольку им все равно.

Вывод. Цифровизация – глобальный процесс, с каждым днем проникающий глубже в жизнь и сознание каждого человека. Интернет открывает неограниченные возможности для каждого, кто имеет к нему доступ. Виртуальное доступно нам внутри материальных носителей: телефонов, ноутбуков, компьютеров, smart-часов и много другого. Все это появляется, развивается и преобразовывается в новые формы быстрее, чем мы успеваем это осознать. Для молодых людей смартфон – это безопасность, развлечение, друг. Виртуальная реальность – продукт нашего разума, и вместе с тем, то место «куда можно убежать» в неловкой ситуации или на остановке, ожидая автобус. Интернет становится еще одной реальностью, в которой человек живет параллельно с «офлайн» миром. Проникновение виртуального в реальный мир и их переплетение в повседневных практиках человека спровоцировало появление новых паттернов поведения и социальных проблем. Таким образом, Фаббинг – это

новый паттерн поведения, проявляющийся в наших коммуникационных практиках. Он представляет собой нормализованное и выученное поведение в обществе, то есть такой образ действий не является девиацией в современном обществе. В случаях его крайнего проявления и полного погружения людей в гаджеты - при нарушении баланса между виртуальной и реальной жизнью, фаббинг может стать серьезной социальной проблемой.

Благодарность. Работа выполнена за счет средств субсидии, выделенной Казанскому федеральному университету для выполнения проекта № FZSM-2023-0022 «Цифровая социализация и цифровая компетентность молодежи в условиях глобальных системных изменений: технологии регулирования, риски, сценарии» в рамках государственного задания.

Литература

1. Официальный сайт We are social. Digital 2023: global overview report. – URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2013-global-digital-overview> (дата обращения: 12.01.2023).
2. Nazir T., Bulut S. Phubbing: a phenomenon that is mending social relationships // СПЖ. – 2019. – № 74. – С. 101–109.
3. Ахметшина А.А., Беляев В.А., Максимова О.А. Воздействие информационных технологий на преемственность и конфликт между реальными и условными поколениями // Вестник экономики, права и социологии. – 2018. – № 3. – С. 134–139.
4. Ефлова М.Ю., Максимова О.А., Озерова К.А. Гражданский цифровой активизм и социальная эксклюзия в условиях вынужденного погружения в цифровую среду // Вестник экономики, права и социологии. – 2021. – № 1. – С. 124–128.
5. Ефлова М.Ю., Минзарипов Р.Г. Концептуализация феномена социального исключения в социологических теориях // Казанский социально-гуманитарный вестник. – 2017. – № 3 (26). – С. 30–34.

ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ ЦИФРОВОЙ СРЕДЫ КАК УСЛОВИЯ СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ: АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ

Салахутдинов Артур Андреевич

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

Аннотация. В статье рассматривается содержанием цифровой среды в контексте процесса социализации. Автор использует средовой подход для определения значения среды в процессе социализации, в соотношении с понятием пространство. Основываясь на общетеоретические вопросы социализации, актуализируется проблема адаптации и интеграции молодежи в общество в контексте тех свойств и качеств, которые формирует цифровая среда.

Ключевые слова: цифровая среда, среда социализации, социализация, цифровая социализация, молодежь.

Современная молодежь живет в двух мирах – в реальном и в цифровом (виртуальном), которые принципиально отличаются не только содержанием своего пространства, а тем, какие функции выполняют эти два мира. Молодежь и цифровая среда является дискуссионной темой не только среди ученых, специалистов, а в целом среди взрослого населения. Взрослый поколение в своих аргументах опирается на результаты научных исследований, жизненный опыт, видя, преимущественно негативные последствия. Молодежь, в силу отсутствия необходимого жизненного опыта для глубоких выводов, руководствуется иными положительными доводами.

Даже приближенный анализ динамики количества времени пребывания молодежи в цифровой среде с появлением новых информационных техник и технологий, цифровизации

образования, – свидетельствует о практически всецелом погружении молодежи в цифровое информационное пространство (втянутость молодежи в цифровой мир).

Традиционные институты социализации (семья, образование, рабочий коллектив и другие), призванные выполнять функции формирования социально, психически, физически, духовно развитого молодого поколения, на протяжении последних десятилетий активно, безальтернативно вытесняются цифровой средой.

Ключевым понятием, посредством которого раскрывается содержание цифровой среды социализации, является термин «среда». В научной литературе нередко «среда» отождествляется с понятием «пространство». Так, в российской социологической энциклопедии среда – это «совокупность явлений, процессов и условий, оказывающих влияние на изучаемый объект». Различают социальную среду – «совокупность объективных факторов, влияющих на формирование и поведение личности». К социальной среде относятся базовые институты социализации трудовой коллектив, семья, школа («микросреда»). Социальная среда «с ее многочисленными сферами является объективным основанием *социализации (см.)* и в то же время основным системообразующим элементом этого процесса» [1, с. 532].

Виноградов В.В. выделяет сущностную черту социальной среды, которая заключается в «совокупности природных или **социальных условий**, в которых протекает развитие и деятельность как человеческого общества в целом, так и отдельных людей; окружающие условия, социально-бытовая обстановка». И во втором значении «*совокупность людей, связанных общностью социально-бытовой обстановки, социальных условий*». Сама сущность среды предполагает наличие совокупности возможностей для осуществления деятельности, для развития. [2, с. 1016].

Феномен среды рассматривается в двух значениях: в широком смысле (макросреда) (общественно-экономическая система в целом) и в узком смысле (микросреда): социальное окружение человека (семья, учебные, трудовые коллективы, сверстников и др.). Таким образом, среда означает физическое, интеллектуальное, моральное и социальное окружение, в котором живет / прибывает человек.

Окружающая среда и пространство (жизненное пространство, интернет-пространство и др.) являются основными условиями социализации индивида. Соответственно, значимость указанных двух условий (социальная среда и пространство) актуализирует необходимость конкретизации содержания термина «пространство» в соотношении с понятием «среда».

Анализируя работы западных социологов (Дюргейм Э., Бурдьё П., Зиммель Г. и др.) о природе пространства, Филиппов А. Ф., рассуждая о возможности научного направления социологии пространства, пишет, что социология пространства имеет собственно свою «предметную область: *социальные события – действия, взаимодействия и коммуникации*, в конституирование которых входит *смысл пространства*». В предметную область пространства Филиппов А.Ф. относит «*социальные места и регионы; человеческое тело; общие идеи, общие представления о пространстве, которые иногда явным, а чаще неявным образом сопровождают любое социальное смыслоположение*», отмечая многообразие «*наблюдаемых социальных пространств*» [3, с. 269].

Продолжая тему, поднятую Филипповым А.Ф., Иванов О.И., пишет, что «понятия «регион», «сеть», «текущие среды» и многие другие «пространственные» понятия обозначают реальные явления, и каждое из этих понятий можно подвергнуть операционализации, что открывает дорогу к эмпирическому изучению социального пространства» [4, с. 31].

Однако, в современной научной литературе нет целостного представления о пространстве, соответственно и его разновидностях.

Говоря о «пространстве», исследователи имеют в виду набор определенным образом связанных между собой условий, которые могут оказывать влияние на человека. При этом по смыслу в самом понятии пространства не подразумевается включенность в него человека. Пространство может существовать и независимо от него. Понятие «среда» также отражает взаимосвязь условий, обеспечивающих развитие человека. В этом случае предполагается его присутствие в среде, взаимовлияние, взаимодействие окружения с субъектом. В отличие

от среды пространство, в широком смысле, понимается как совокупность институтов, процессов и сред. Информационная среда как часть информационного пространства, по мнению российского ученого Е. Ракитиной, ближайшее внешнее по отношению к индивиду информационное окружение, совокупность условий, в которых протекает непосредственно деятельность индивида [5, с. 396]

Таким образом, возвращаясь к вопросу о соотношении среды и пространства, следует, что среда, составляющая пространство. С точки зрения социализации, решающую роль играет качественная характеристика среды, в том числе цифровой, как особого типа социальной среды; в условиях сегодняшней реальности, возможно, играет большее значение, чем социокультурная среда, которая так или иначе регулируется.

Современная цифровая среда как часть мирового информационного пространства, включает весь континуум компьютерных и сетевых технологий, что позволяет анализировать цифровую среду как:

- собственно цифровая среда (digital web);
- социальные сети (social networks) [6, с. 2].

В научной литературе выделяют два теоретических подхода к исследованию цифровой среды.

«Первый подход – *технологический* – рассматривает цифровую среду как обособленную технологию и пространство объектов. Второй подход – *медийный* – рассматривает цифровую среду как цифровое представление медийной платформы и технологий общения». В рамках медийного подхода сложилось два теоретических направления исследования цифровой среды – «техноцентризм» и «антропоцентризм» [7, с. 118, 119].

В наиболее общей формулировке цифровая среда – это «интегрированная коммуникационная среда, в которой цифровые устройства взаимодействуют и управляют контентом и действиями в ней, другими словами – это *коммуникационная среда цифровых устройств* для обработки цифровых сигналов, которые меняются по закону дискретной функции и используются *цифровые устройства* [8, с. 10].

А. Марей отмечает, что «цифровизация — это в меньшей степени про технологии, а в большей – про культуру, про изменения и про модель взаимодействия». [Цифровизация как изменение парадигмы. URL: <https://www.bcg.com/ru-ru/about/bcg-review/digitalization.aspx> (дата обращения: 15.04.2023)].

В рамках реализации политики цифровизации наблюдаются тенденции все большего слияния доцифровых и цифровых сред. Таким образом, благодаря процессу слиянию реальной и цифровой сред, происходит формирование новой среды, охватывающей все больше видов жизнедеятельности субъекта.

Сущность, содержания цифровой среды раскрывается через исследовательский подход, описанный Беляевым Г. Ю. С одной стороны, цифровая среда («digital web») – это «материально-техническая сторона мультимедийно-цифровой информационной революции XXI века, технологическая база и инструментарий всех процессов глобализации». Это сфера так называемых высоких технологий (*high-tech*). С другой стороны, «*социальные сети (social networks)* – это социальная и социокультурная сторона мультимедийно-цифровой информационной революции XXI века, *цифровая среда*, которую можно назвать особым типом социальной среды» [9, с. 111].

Аналогия цифровой среды с социальной, согласно Беляеву Г.Ю., позволяет говорить о том, что цифровая среда обладает структурой, элементами которой являются цели, объекты, субъекты, воздействующие на объекты воздействия, коммуникации между субъектами и объектами и совокупность средств и методов (технологии) информационно-психологического воздействия. Таким образом, цифровая среда, как и социальная, является условием, создающим возможности для успешной либо неуспешной социализации.

Значимость вопроса объясняется объективной необходимостью молодого человека адаптироваться к изменчивой реальной жизни, соответственно, интегрироваться в социум по мере прохождения ступеней взросления. Насколько безболезненно, успешно будет осу-

ществляться процесс адаптации и интеграции зависит от условий среды социализации. Если говорим о цифровом мире, то насколько приобретенные знания, навыки, опыт, умения, усвоенные ценности, нормы, социальные роли, – окажутся востребованными в реальном мире. В советской науке социализацию рассматривали как фактор социального развития личности, подготовки к выполнению, соответствующих этому статусу, социальных ролей.

В контексте цифровой социализации в условиях, когда цифровая среда характеризуется как среда неопределенностей с информационной избыточностью разнонаправленного содержания; негативной средой воздействия на субъекты, представляется важным обратиться к понятию «культурная социализация». Луков А.В. из совокупности видов социализации именно в культурной социализации выделяет «интегрирующую» функцию, способную дать «основное направление общему процессу социализации». Особая роль, которую отводит Луков А.В. культурной социализации, определяется содержанием самого термина: «Культурная социализация – двусторонний процесс (1) постоянной передачи обществом и (2) освоения индивидом в течение всей его жизни и особенно в молодом возрасте через посредство социализационных институтов (языка как средства коммуникации, игровой деятельности, образования, СМИ) культурных ценностей, реалий и идеалов культуры, выработки культурных потребностей и интересов, установок, жизненных ориентаций, этнокультурной самоидентификации, организации досуга, художественных предпочтений – в итоге: формирования культурных картин мира, – позволяющий индивиду функционировать в пространстве культуры данного общества» [10: Луков].

Однако, в поле зрения исследователей большей частью риски и угрозы, которые порождает цифровая среда, проблемы безопасности подрастающего поколения. Исследователи отмечают, что негативные влияния цифровой среды носят преимущественно психологический характер, оказывая деформирующее влияние на природу человека, определяя направленность его поведения.

Выделяют следующие последствия цифровой среды, описанные в научных исследованиях.

«Мышление респондентов цифрового поколения существенно отличается от мышления респондентов, заставших доцифровую эпоху». [11, с. 35] Согласно анализу научной литературы, проведенной Грековой А.А., специалисты обращают внимание на ряд психологических и мыслительных изменений человека:

- «риск утраты наработанных ранее социальных, физиологических, психических достижений, неизбежно меняя специфику мышления, внимания, памяти»;
- «изменения в мыслительных операциях категоризации и обобщения»;
- «проявления клиповости мышления, фрагментарный характер осваиваемых знаний, поверхностность восприятия информации, неустойчивость процессов внимания»; «интеллектуальный серфинг» вместо системной интеллектуальной работы»;
- «делегирование решения личных задач разнообразным «интеллектуальным устройствам» (девайсам, гаджетам и т. п.) могут являться следствием недозагруженности работой соответствующих мозговых структур, замедления роста нейронной ткани и снижения нейропластичности головного мозга, вплоть до редукции многих его способностей, связанных с памятью, ориентированием, концентрацией внимания, углублением, пониманием»;
- «потенциальные опасности несет в себе потеря или снижение способности к системному и углубленному познанию, к критическому мышлению и индуктивному анализу» [11, с. 29].

Исследователи отмечают, что формирование цифровой зависимости приводит к снижению социальной активности, к неразвитости речи, коммуникативных навыков, дефициту словарного запаса, к неумению и неспособности решать / регулировать проблемы в реальной жизни, повышенной агрессивности, уход в депрессию, формирование одиночества. Цифровая среда, имея в своем потенциале необходимые условия для формирования у пользователей качеств, необходимых для успешной социализации, не обладает необходимыми средствами для полноценной, целостной реализации этого положительного потенциала. Следует

понимать, что цифровизация социального пространства оказала влияние на механизмы социализации, инкультурации. Формирование новых механизмов, каналов, воздействующих на личность, происходит одновременно с потерей значимости, силы влияния на молодежь традиционных институтов социализации, прежде всего семьи, значимости родственных отношений.

Против российской молодежи используются самые современные технологии деструктивного информационно-психологического воздействия, которые динамично расширяются и усложняются. Обращает внимание и то, что меняются направления информационно-психологического воздействия, при этом, негативное воздействие оказывается в латентной, изолированной форме.

Используя возможности интернет – пространства – коммуникативную, самореализации, создаются субкультуры, существование которых в реальном мире невозможно.

Цифровая среда выступает как канал формирования стереотипов, чаще негативных через определенные интернет – жанры: демотиваторы, мемы, интернет-комиксы и другие креолизованные тексты.

Большую опасность представляют в информационном пространстве материалы экстремистских организаций, в которых используется технология пропаганды, методы манипуляции для психологического воздействия на молодежь.

Информационно-психологическое воздействие оказывается на изменение приоритетов в системе ценностей, мотивации, трансформацию идентичности, самоидентификации молодежи.

Направления информационно-психологического воздействия периодически расширяются новыми, находя новых потребителей в лице молодежи.

В условиях цифровизации при всей хаотичности, неконтролируемости процесса социализации, сила цифровой среды в его целостном воздействии, которая обеспечивается за многообразием информационного содержания, совокупностью инструментов воздействия на молодежь, (пропаганда, манипуляция и др.), развитостью тематических социальных сетей для коммуникации и др. Практически, цифровая среда построена так, что организовать свою жизнедеятельность молодой человек может «не выходя из дома», с большими возможностями выбора своего жизнеустройства. И эта тенденция продолжается и будет расширяться в условиях цифровизации образования, сохранения работы на «удаленке», со временем лишь подтверждая предупреждения ученых о рисках и угрозах цифровой среды. Тема становится все более актуальной и в связи с тем, что в реальном пространстве сегодня нет альтернативы, способной противостоять цифровой среде.

Слова Л.С. Выготского, что «среда выступает в отношении развития высших специфических для человека свойств и форм деятельности в качестве источника развития, т. е. именно взаимодействие со средой является источником того, что у ребенка возникают эти свойства. И если это взаимодействие со средой нарушено, то в силу одних только содержащихся в ребенке задатков сами по себе никогда не возникнут соответствующие свойства» [12, с. 88] не теряют актуальность и в современных условиях при анализе цифровой среды как среды социализации молодежи.

Литература

1. *Осипов Г.В.* Российская социологическая энциклопедия. Под общей редакцией академика РАН Г.В. Осипова. – М.: Издательская группа НОРМА, 1998. – 672 с.
2. *Виноградов В.В.* История слов / Российская академия наук. Отделение литературы и языка: Научный совет «Русский язык». Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН / Отв. ред. Академик РАН Н.Ю. Шведова. – М.: РАН, 1999. – 1138 с.
3. *Филиппов А.Ф.* Социология пространства. – СПб.: Владимир Даль, 2008. – 285 с.
4. *Иванов О.И.* Социальное пространство как научное понятие и как объект эмпирического изучения // Научный результат. Социально-гуманитарные исследования. – 2015. – № 3. – С. 29–34.

5. *Ракитина Е.А., Лыскова В.Ю.* Информационные поля в учебной деятельности // Информатика и образование. – 1999. – № 1. – С. 19–25.
6. *Сюнтюренко О.В.* Цифровая среда: тренды и риски развития // Научно-техническая информация. Серия 1. Организация и методика информационной работы. Ежемесячный научно-технический сборник. – 2015. – № 2. – С. 1–7.
7. Методологические проблемы многоуровневой теории конкуренции. – СПб.: Издательство «Левша Санкт-Петербург», 2016. – 160 с.
8. *Безуглов Д.А., Калиенко И.В.* Цифровые устройства и микропроцессоры: учебное пособие: 2-е изд. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 468 с.
9. *Беляев Г.Ю.* Социально-цифровая среда как источник новых возможностей и новых рисков для современного образования // Отечественная и зарубежная педагогика. – 2020. – Т. 1. – № 4 (69). – С. 109–123.
10. *Луков А.В.* Культурная социализация. Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». – URL: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2008/3/Lukov_AV/ (дата обращения: 13.04.2023).
11. *Грекова А.А.* Особенности мышления представителей «цифрового поколения» // Вестник ЮУрГУ. – Психология. – 2019. – Т. 12. – № 1. – С. 28–38.
12. *Выготский Л.С.* Лекции по педологии. – Ижевск: Издательский дом «Удмуртский университет», 2001. – 304 с.

ЦИФРОВАЯ АДАПТАЦИЯ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ

Семенова Анна Дмитриевна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические основы изучения адаптации пожилых людей в цифровом обществе, с помощью анализа основных трудностей в процессе адаптации, а также изучения цифровой адаптации в качестве инструмента включения старшего поколения в современное общество. Кроме того, были проанализированы особенности, преимущества и недостатки успешной адаптации пожилых людей к интернет-технологиям и выявлены актуальные способы удовлетворения потребностей пожилых людей с помощью интернет-технологий.

Ключевые слова: цифровая адаптация, пожилые люди, интернет-пространство, цифровые технологии.

В настоящее время российское общество находится в процессе перехода к информационному этапу развития. Цифровизация общества привела к новому образу жизни любого человека, так как компьютерные технологии используются во всех сферах деятельности людей. Но не все люди смогли успешно адаптироваться к интернет-технологиям, в частности, пожилые люди испытывают трудности в использовании компьютеров и других гаджетов в повседневной жизни. Неуспешная адаптация ведет к процессу исключения человека или группы из общества.

О.Н. Вершинская в своей статье определила новый тип экономического неравенства, назвав данное явление «информационным неравенством» или «цифровым расколом». Она считает, что с развитием технологий и переходом в информационное общество появляется новый вид исключения – «цифрового», обусловленного отсутствием владения компьютерными технологиями частью населения и частым обновлением и добавлением новой информации, необходимых для их использования. А также она отметила, что именно эти факты объясняют исключенность пожилых людей в цифровом обществе [1].

Понятие адаптации пожилых людей к информационным технологиям рассматривалось в работе С.Е. Гасумовой, которое она определила как «способность к активному при-

способлению пожилого человека к изначально объективно чуждой для него современной информационной среде, основанная на сознательной выработке мотивации к формированию информационно-технологической компетентности и преодолению информационной депривации» [2].

Олейник Е.В. в своей статье «Информационные технологии в социальной сфере» отмечала данный факт и акцентировала внимание на образовательной подготовке пожилых людей, так как обучение способно сделать повседневность человека в возрасте более комфортной, а также способствует преодолению явления «информационного неравенства», из-за которого возникают трудности во включении в современное общество [3].

Изучая данную проблему, П.Ф. Кравчук и Ю.Ю. Шкарина провели исследование в апреле – июне 2010 года, в котором приняли участие молодые и пожилые люди (в количестве 375 человек из каждой возрастной группы). Опрос был проведен среди жителей Курска и Курской области.

В ходе исследования было обнаружено, что две опрошенные группы одинаково смотрят на проблемы в современном обществе, но по-разному трактуют и выражают свое мнение, применяя в своей речи различные понятия. Вследствие чего общение между поколениями является затруднительным. Необходимость пожилых людей в цифровой адаптации обусловлена недопониманием между молодым и старшим поколениями. Проблема «отцов» и «детей» существовала всегда, однако в условиях цифровизации наблюдается обострение конфликта поколений. Например, благодаря интернету молодые люди имеют не только другой образ жизни, но и используют в своей речи интернет-неологизмы, которые не понимают многие люди старшего поколения, вследствие чего нарушается коммуникация, возникает недопонимание между поколениями [4].

А.В. Писаренко провел всестороннее исследование, связанное с оценкой опыта освоения интернет-пространства пожилыми людьми в городе Томске, в нем приняло участие 105 респондентов (использовался метод анкетного опроса).

По результатам опроса оказалось, что весьма распространенным является мнение лиц старшего возраста о том, что в Интернете невозможно найти настоящего друга. Это можно объяснить тем, что пожилые люди не считают нужным развивать серьезные взаимоотношения в виртуальном мире. Кроме того, 26 % респондентов не считает, что интернет-общение в сообществах, в том числе общение в социальных сетях, может осчастливить одинокого человека пожилого возраста.

Респонденты выделили следующие ключевые трудности в процессе цифровой адаптации:

- 38 % опрошенных отметили неуверенность в себе, основанную на страхе потерпеть неудачу, столкновении со сложностями и боязни что-то сломать;

- 24 % – подчеркнули плохую ориентацию в интернет-пространстве в связи большим объемом информации;

- 31 % – указали на нехватку навыков и умений из-за отсутствия компьютерного образования или помощи других более компетентных людей [5].

Необходимость в повышении информационной адаптации пожилых людей обусловлено в реализации более эффективного использования трудовых ресурсов. Так, в ходе цифровой адаптации у старшего поколения возникает чувство заинтересованности и участия в жизни общества. Пожилые люди, включаясь в интернет-пространство, осваивают новые программы, в том числе социальные сети, с помощью которых они могут общаться с родственниками и друзьями, используют интернет для интернет-покупок и обращаются через него в государственные службы [6, 7].

Использование интернета в своей жизни способствует переориентации взглядов на современную социальную действительность, например, уход от консервативных взглядов на жизнь. Также полученные в цифровом пространстве знания помогают многим пожилым людям в устройстве на работу. Немаловажна возможность старшего поколения в получении опыта других людей, которые уже сталкивались с трудностями в определенной проблеме

(например, в получении консультации специалистов) и поделились своим опытом в интернете. Цифровая адаптация имеет ряд преимуществ, которые улучшают уровень благополучия жизни, основанное на удовлетворение потребностей [8].

Авторское эмпирическое исследование проводилось по количественной стратегии в виде анкетирования с помощью google формы (50 человек) и телефонного опроса (50 человек), так как многие опрашиваемые столкнулись с трудностью в прохождении опроса в электронном формате из-за боязни что-то сделать неправильно или отсутствия устройств, с помощью которых возможно прохождение google формы. В ходе телефонного опроса информанты добавляли личное мнение и комментарии, которые также были использованы в результатах опроса. Респондентами данного опроса стали жители города Зеленодольск республики Татарстан в возрасте 60–79 лет. В результате были получены следующие данные:

Основная трудность, с которой могли бы столкнуться представители старшего поколения в процессе цифровой адаптации, является отсутствие устройств, необходимых для использования Интернета. В ходе опроса были получены следующие результаты: у 90 % опрошенных есть телефон, поддерживающий выход в Интернет, а у больше половины респондентов (60 %) есть компьютер с доступом к Интернету. При этом 8 % не имеют устройств (ни смартфона, ни компьютера), позволяющие использовать Интернет, данная группа респондентов находится в возрастной категории 70–79 лет. Следовательно, большинство пожилых людей имеют возможность использования интернет-технологий.

Финансовая трудность является причиной отсутствия средств, необходимых для выхода в сеть Интернет. Всего 35 % отметили наличие данной трудности. Из них 8 респондентов не имеют никаких цифровых устройств, а 27 – имеют либо смартфон, либо компьютер. Во время телефонного опроса пожилые люди давали комментарии при ответе на данный вопрос. Они отмечали, что чаще всего компьютер или телефон им подарили их дети или достались от родственников.

Рассмотрим результаты, полученные в ходе опроса, относительно навыков использования цифровых устройств (телефона и компьютера). Только 67 % опрошенных свободно используют мобильный интернет, совершают звонки и отправляют СМС, 18 % – умеют только совершать звонки и отправлять СМС, а 9 % испытывают трудности в совершении звонков и отправке СМС, 6 % – затруднились ответить. Но все респонденты, которые имеют компьютер (60 %), отметили умение его использования. Можно сказать, что чуть больше половины респондентов информационно компетентны, но значительная часть испытывают трудности из-за нехватки знаний и их практического применения в использовании цифровых устройств. При телефонном опросе многие представители старшего поколения отмечали сложность в использовании сенсорного телефона из-за маленьких кнопок на экране, особенно это мешает им при печатании текстовых сообщений.

Прежде чем анализировать проблемы, с которыми столкнулись представители старшего поколения в процессе цифровой адаптации, необходимо рассмотреть их включенность в Интернет-пространство. На вопрос «Пользуетесь ли вы Интернетом?» были получены следующие результаты: 90 % – пользуются Интернетом, 10 % – нет. При телефонном опросе некоторые респонденты отмечали, что им пришлось использовать Интернет из-за требований на работе. Так, пожилым людям, которые преподают в школах необходимо заполнять электронный журнал.

Использование цифровых устройств предполагает работу с информацией в электронном виде, из-за чего может возникать дискомфорт у людей старшего поколения, которые привыкли к информации в печатном виде. Но результаты опроса показали обратное явление, так как большинству респондентов комфортно (45 %) или скорее комфортно, чем некомфортно (30 %) воспринимать информацию в электронном виде.

Нами были рассмотрены проблемы, с которыми сталкиваются пожилые люди во время освоения и использования Интернета. Были перечислены и выбраны следующие трудности: запутанность интернет-среды (24 %), большой объем информации (43 %), сложность в ориентации на сайтах (43 %).

Кроме перечисленного, отмечали частые обновления интерфейса или дизайна, к которому нужно привыкать, например, на сайте Госуслуг или почты, а также опасения в безопасности в своих действиях в Интернете, так как они боятся стать жертвами интернет-мошенничества.

Можно выделить отдельную категорию, связанную с социально-психологическими трудностями в адаптации к Интернет-технологиям, которые испытывали представители старшего поколения. Респонденты выделяли следующие сложности: 48 % отмечали неуверенность в себе, 35 % боялись что-то сломать, 25 % – страх неудачи, 15 % – страх чего-то нового, 10 % – консервативные взгляды, 5 % – неумение найти нужную информацию, 2 % – сложность в запоминании последовательности операций.

Некоторые представители старшего поколения не видят необходимости использования Интернета в их жизни, что можно объяснить отсутствием мотивации и знаний об интернет-возможностях.

Важной составляющей в процессе адаптации пожилых людей к цифровым технологиям является помощь и поддержка, которая может облегчить сам процесс. В результате опроса были получены следующие данные: 56 % респондентов получили помощь от родственников, 13 % – помогли друзья, 11 % – получили помощь специалистов, 20 % – обучались самостоятельно.

Таким образом, в ходе исследования было выявлено, что большинство представителей старшего поколения не испытывают трудностей в связи с отсутствием цифровых устройств, с помощью которых возможно использование интернета, а также финансовых трудностей с приобретением данных устройств.

Важно отметить, что трудности адаптации пожилых людей в основном связаны не с физиологическими особенностями, а с личными психологическими проблемами, связанными со страхами, неуверенностью в себе, консервативными взглядами, отсутствием мотивации, и с проблемами, возникающие в процессе использования интернет-технологий: сложность ориентации в интернет-пространстве, сложность в запоминании последовательности действий, большой объем информации.

Среди пожилой категории населения сеть интернет имеет хорошую репутацию, что способствует большей мотивации представителей старшего поколения к адаптации к интернет-технологиям.

На основе высокой репутации нами была измерена степень доверия к информации из интернета пожилой категорией населения города Зеленодольска. В ходе опроса получены следующие результаты:

- да, доверяю (5 %);
- скорее да, чем нет (60 %);
- скорее нет, чем да (10 %);
- нет, не доверяю (10 %);
- затрудняюсь ответить (15 %).

Мы видим по результатам опроса высокую степень доверия у представителей старшего поколения к информации из интернета.

Также нами было изучена частота пользования интернета пожилыми людьми. В результате исследования стало известно, что большинство респондентов (70 %) используют интернет каждый день, 8 % – каждые 2–3 дня, 10 % – каждую неделю, 2 % – раз в полгода, 10 % – не используют интернет

Цели использования сети интернет разнообразны, по результатам опроса были получены следующие ответы:

- поиск новой информации (76 %);
- просмотр новостей (65 %);
- интернет-общение (62 %);
- получение государственных услуг (49 %);
- общение по видеосвязи (46 %);

- просмотр фильмов и видеороликов (41 %);
- интернет-покупки (27 %).

Самым популярным ответом является – поиск новой информации.

Существует разные источники получения информации. В нашем исследовании мы попросили измерить по 5-бальной шкале удовлетворенность полноты информации из печатных источников и телевизионных программ. В результате опроса стало известно, что большинство респондентов испытывают дефицит информации из газет и журналов (5 баллов – 55 %), при этом 21 % опрошенных не читают печатные источники информации. Интересный результат был получен, касающийся телевидения как источника информации. 30 % респондентов оценили достаточность информации из телевизионных программ на 1 балл (недостаточно), и 30 % – на 5 баллов (достаточно). Полученные результаты подтверждают приоритетность информации, найденной в сети интернет. Следовательно, интернет является лучшей возможностью удовлетворения потребности в получении новой информации для пожилых людей.

Коммуникация является важной потребностью для человека. Как мы видим, 62 % респондентов отметили общение целью использования интернета, поэтому нами были рассмотрены основные способы интернет-общения, которые популярны у представителей старшего поколения. Ответы опрошенных распределяются следующим образом:

- 67 % выделили социальные сети и мессенджеры как основной способ интернет-общения;
- 10 % – Интернет-форумы;
- 24 % – Интернет-сообщества;
- 35 % – электронная почта;
- 40 % – видеосвязь.

Так как социальные сети и мессенджеры стали самым популярным ответом, то нам важно было уточнить, какими именно социальными сетями и мессенджерами пользуется пожилая категория населения. Нами были получены следующие результаты:

- 91 % используют What'sapp;
- 48 % – ВКонтакте;
- 32 % – Телеграм;
- 27 % – Одноклассники;
- 19 % – Instagram (Организация, запрещенная на территории РФ);
- 1 % – Viber.

Интересный факт, что самым популярным способом общения среди пожилых людей стал мессенджер What'sapp, так как ещё в 2013 году представители старшего поколения отмечали социальную сеть Одноклассники как самый популярный сайт для общения (91 %) в исследовании А.В. Писаренко.

Далее мы рассматривали реализацию пожилыми людьми досуговой деятельности с помощью интернета. На основе результатов опроса можно увидеть, что 54 % опрошенных смотрят познавательные ролики, 30 % – в качестве досуга предпочитают просмотр смешных видеороликов, 32 % – читают электронные книги, 25 % – играют в игры, 10 % – слушают музыку.

Просмотр новостей стал второй по популярности целью использования интернета, поэтому нами был задан вопрос о наиболее интересующих видах интернет-новостей среди лиц старшего поколения, проживающих в городе Зеленодольск. В результате были получены следующие данные:

- 60 % чаще всего просматривают российские новости;
- 54 % – новости города Зеленодольск;
- 43 % – мировые новости.

Благодаря развитию интернет-технологий у населения появилась возможность получения государственных услуг дистанционно. Нам стало интересно популярность использования портала Госуслуг среди пожилых людей. Среди опрошенных только 51 % используют

сайт Госуслуг для получения государственных услуг дистанционно, 21 % – зарегистрированы, но не используют, а 27 % – не используют вовсе.

Респонденты, использующие портал Госуслуг, в открытом вопросе написали услуги, которыми они пользовались. Самой частой услугой стала запись к врачу.

В процессе адаптации пожилых людей к интернет-технологиям важно отметить не только возможности удовлетворения потребностей с помощью интернета, но и осознание необходимости использования интернета в повседневной жизни. Поэтому мы предложили респондентами несколько утверждений, с которыми они могут согласиться или не согласиться.

Первое утверждение констатировало необходимость умения использования интернет-технологий в современном мире. Подавляющее большинство респондентов разделяют это утверждение: 51 % опрошенных полностью согласилось с данным мнением, 40 % – согласилось.

Второе утверждение касалось взаимоотношений с молодым поколением: «использование интернета помогает в улучшении взаимопонимания с молодым поколением». С данным утверждением согласилось в сумме 75 % респондентов.

Третье – утверждало, что интернет делает повседневную жизнь более комфортной. С ним согласилось в сумме также 75 % опрошенных.

Таким образом, в ходе исследования было выявлено, что большая часть пожилых жителей города Зеленодольск является активными интернет-пользователями; пожилые люди используют интернет для поиска новой информации, общения, просмотра новостей, получение государственных услуг, разнообразия досуга, совершения интернет-покупок.

Можно сказать, что большинство представителей старшего поколения города Зеленодольск имеют достаточно высокий уровень адаптации к цифровым технологиям, так как они не только используют интернет-технологии в повседневной жизни, но и осознают необходимость их освоения для включения в современное информационное общество, налаживания контакта с более молодым поколением, а также для улучшения качества и комфорта собственной жизни.

Учитывая тот факт, что большинство пожилых людей сталкивалось с трудностями в процессе освоения цифровых устройств и интернет-технологий, а также отмечало общую сложность цифровой адаптации, можно сделать вывод о том, что при условии преодоления трудностей, выявленных нами в исследовании, высока вероятность успешной адаптации представителей старшего поколения к новым информационным технологиям.

В ходе исследования мы опирались на определение цифровой адаптации пожилых людей Гасумовой С.Е., которая рассматривает данный процесс с точки зрения владения навыков использования цифровых устройств, осознания необходимости освоения интернет-технологий и информационной гигиены. В результате опроса представителей старшего поколения г. Зеленодольска мы можем прийти к выводу, что большинство пожилых людей успешно адаптировались к информационным технологиям, так как 90 % опрошенных пользуются сетью интернет с помощью телефона или компьютера. Но важно отметить высокую степень доверия к интернет-источникам – 65 % пожилых людей доверяют информации из интернета и только 15 % – проверяют данную информацию на достоверность, что говорит нам о низком уровне информационной гигиены у пожилой категории населения.

Адаптация пожилых людей к цифровым технологиям способствует включению данной категории населения в современное общество. Данный процесс является сложным из-за особенностей представителей старшего поколения, но в результате адаптации они получают не только пользу в повседневной жизни, но и лучше понимают нынешние ценности и становятся частью информационного общества.

Литература

1. *Вершинская О.Н.* Цифровой раскол – новый вид экономического неравенства? Viperson/Виперсон. 2011. – URL: <http://viperson.ru/wind.php?ID=637647> (дата обращения: 22.02.2023).

2. *Гасумова С.Е.* Адаптация пожилых людей в условиях информатизации: понятийный аппарат и анализ государственной политики России // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. – 2015. – № 2 (30). – С. 193–209.
3. *Олейник Е.В.* Информационные технологии в социальной работе с семьей: проблемы и перспективы внедрения / Е.В. Олейник Т.А. Безенкова. – Новосибирск: Ассоциация научных сотрудников «Сибирская академическая книга», 2016. – 76 с.
4. *Кравчук П.Ф.* Особенности социальных взаимодействий между пожилыми людьми и молодежью в современном российском обществе / П.Ф. Кравчук, Ю.Ю. Шкарина // Вестник СамГУ. – 2007. – № 1. – С. 50–56.
5. *Писаренко А.В.* Субъективная оценка пожилыми людьми своего опыта освоения Интернет-пространства / Актуальные вопросы социальных исследований и социальной работы: Материалы международной научно-практической конференции (Прага, 5–6 ноября 2013 года), 2013. – С. 35–37.
6. *Герасименко Е.М.* Роль интернет-технологий в социальной адаптации пожилых людей // Наука и практика: преемственность, традиции, инновации: сборник научных статей преподавателей, магистрантов, студентов кафедры социальной работы и психолого-педагогического образования Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. – Уфа: Общество с ограниченной ответственностью «ОМЕГА САЙНС», 2017. – С. 51–56.
7. *Maximova O.A., Eflova M.I., Rassolova E.N.* E-literacy of the Russians of the Third Age as a Factor of Adaptation under the Conditions of Information-Oriented Society // Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems. – 2019. – Volume 11. – Special Issue 8. – P. 1837–1841.
8. *Белов С.В.* Формирование информационной компетентности у лиц третьего возраста / Системо-генез учебной и профессиональной деятельности: материалы VI международной научно-практической конференции. – Ярославль, 2013 г. – С. 215–217.

ПРИМЕНЕНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ» В ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Сергеева Зульфия Харисовна

Казанский национальный исследовательский технологический университет, Казань, Россия

Сергеев Сергей Алексеевич

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В статье представлен авторский опыт практического применения в педагогической практике ресурсов и возможностей социальной сети «ВКонтакте» в образовательных и воспитательных целях на примере учебной группы в социальной сети «ВКонтакте» «Студенты_КНИТУ_Задания» (<https://vk.com/public217130098>).

В статье также представлены результаты авторских прикладных исследований среди студентов 2–4-х курсов КНИТУ разных специальностей на тему «Учеба в университете в условиях перехода на дистанционное обучение». В общей сложности на вопросы дали ответы 225 человек в возрасте 18–23 года, из них 130 девушек и 95 юношей. Онлайн-опрос проводился через Google-формы.

Ключевые слова: дистанционное образование, цифровизация образовательного процесса, ИКТ-компетенции, социальные сети.

В настоящее время происходит прорыв в использовании информационных технологий в образовании, целью которого является превращение современных информационно-коммуникационных технологий в ресурс образовательного процесса, а также создание условий в формировании ИКТ-компетенции всего педагогического сообщества. Особенно этот

процесс ускорился весной 2020 г. в связи с пандемией коронавируса. В этот период российские вузы были переведены на дистанционное обучение. Не стал исключением и Казанский национальный исследовательский технологический университет. Преподавателям и студентам пришлось организовать обучение и общение через сайт ВУЗа, через электронную библиотеку, LMS MOODLE, а также через электронную почту, социальные сети и мессенджеры.

Резкий и вынужденный переход в новые форматы работы и обучения стал серьезным вызовом для всей системы образования в России. Работа по цифровизации образовательного процесса в КНИТУ продолжается и в настоящее время. Развитие электронной информационно-образовательной среды будет неполным без учета возможностей социальных сетей, так как интерес к социальным сетям среди молодежи в современном обществе становится одной из главных примет XXI века.

По данным ВЦИОМ в топ-5 наиболее популярных социальных сетей и мессенджеров среди россиян на сегодняшний день входят WhatsApp (87 %), YouTube (75 %), «ВКонтакте» (62 %), Telegram (55 %) и «Одноклассники» (42 %) [1]. «ВКонтакте» является весьма востребованным социальным ресурсом для студенческого сообщества и его можно рассматривать как образовательный ресурс в организации учебной и воспитательной, внеучебной деятельности студентов.

Виртуальная группа «Студенты_КНИТУ_Задания» (<https://vk.com/public217130098>) была создана в 2022 г. для оперативной связи со студентами. Группа используется в качестве дополнения к аудиторным занятиям при изучении в первую очередь таких дисциплин как: «Социология организаций», «Самоорганизация и командная работа», «Социология рынков» и др.

На первом установочном занятии, преподаватель разъясняет студентам программу курса, а также основные требования к зачету/экзамену в соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний студентов в ФГБОУ ВПО «КНИТУ». Также для оперативности, своевременности связи и возможностей информирования, сообщаются сведения о странице преподавателя в сети «ВКонтакте», а также о специально созданной учебной группе. На странице преподавателя студенты имеют возможность познакомиться с визиткой преподавателя, также здесь размещена информация об учебной группе, на которую преподаватель просит подписаться старосту группы – в обязательном порядке, а остальных студентов – по желанию (рис. 1).



Рис. 1. Скриншот страницы преподавателя

На стене учебной группы публикуется информация с планами семинарских занятий, полезными материалами и ссылками. Кроме того, на стене есть ссылка на соответствующий курс преподавателя в системе Moodle (рис. 2).

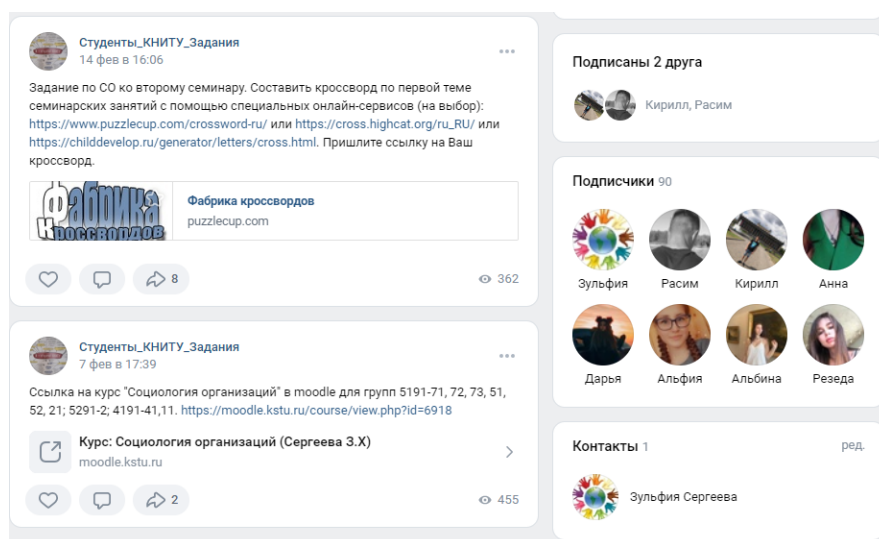


Рис. 2. Публикации на стене учебной группы

Данная группа представляет собой социально-образовательную среду, позволяющую студентам быстро выйти на контакт с преподавателем, задать интересующие их вопросы относительно организации учебного процесса и выполнения заданий.

Студенты весьма активно используют эту возможность. В частности, присылают домашние задания в личных сообщениях, и обращаются с вопросами. Для большинства – это очень удобный и оперативный способ связи с преподавателем.

Также и для преподавателя вполне удобно через виртуальную учебную группу передавать студентам необходимые учебные материалы, и ссылки на полезные и необходимые ресурсы. В случае необходимости можно проводить опросы через Google-формы, например. Или осуществлять переадресацию на электронное тестирование в LMS MOODLE КНИТУ. Преподаватель всегда может регулировать время, режим и объем коммуникации со студентами.

Отечественные авторы Кергилова Н.В., Сазонова О.К., опираясь на собственный опыт использования сети «ВКонтакте» в воспитательно-образовательных целях, выделяют следующие возможности и преимущества для преподавателя и студента:

- студенческая молодежь больше времени проводит в социальных сетях, что позволяет в неформальной обстановке успешно общаться, а также получать новые знания, приводящие к более эффективному освоению дисциплины;
- студент и преподаватель, взаимодействуя в социальной сети, ведут себя более свободно, что позволяет студенту задавать вопросы по дисциплине, не боясь критической оценки со стороны однокурсников;
- студент имеет возможность общаться в режиме онлайн не только с преподавателем, но и со своими однокурсниками, что дает возможность организовывать конференции и диалоги, особенно перед сессией;
- преподаватель для студента становится участником социальной сети, т. е. взаимодействие на вертикальном уровне сменяется на взаимодействие на горизонтальном уровне и это вызывает доверие со стороны студента и улучшает процесс усвоения материала;
- у преподавателя появляется возможность быстро информировать студентов о предстоящих планах [2, с. 88].

Виртуальная учебная группа «Студенты_КНИТУ_Задания» (<https://vk.com/public217130098>) для студентов позволяет централизованно размещать информацию в новостной ленте, загружать документы, видео-, аудио-, фотоматериалы.

В целях эффективной организации воспитательно-образовательного процесса в группе публикуются следующие материалы:

- рабочие программы, методические указания по организации самостоятельной работы; темы рефератов, докладов; требованиям по выполнению домашних заданий;
- видеоматериалы, где студенты могут посмотреть видеолекции или тематические фильмы.

Привлекательной возможностью в организации самостоятельной работы студентов является также возможность отправлять преподавателю личным сообщением свои работы, что позволяет работать с присланными документами в режиме онлайн-рецензирования.

Инструменты сети «ВКонтакте» позволяют преподавателю анализировать статистику посещения группы, составлять социальный портрет и интересы подписчиков. См. рис. 3, 4, 5, 6, 7.

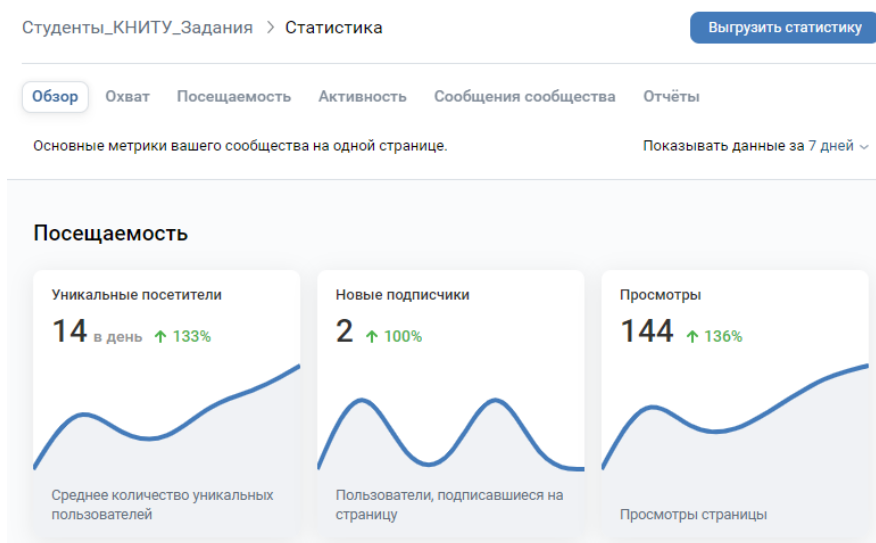


Рис. 3. Статистика группы «Студенты_КНИТУ_Задания» (<https://vk.com/public217130098>)

Портрет подписчиков сообщества

Узнайте больше о ваших читателях. Это поможет правильно подать материал и эффективно продвигать своё творчество.

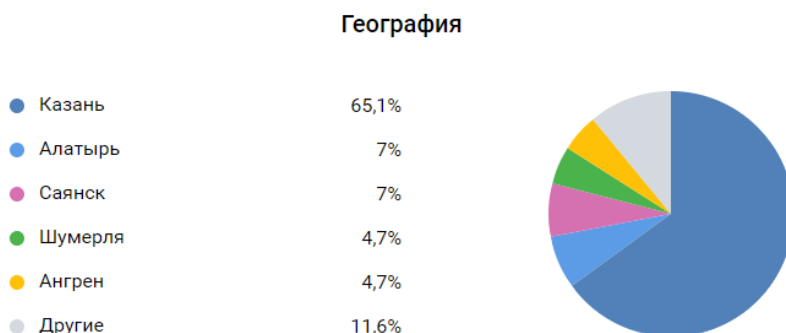


Рис. 4. Портрет подписчиков группы «Студенты_КНИТУ_Задания»

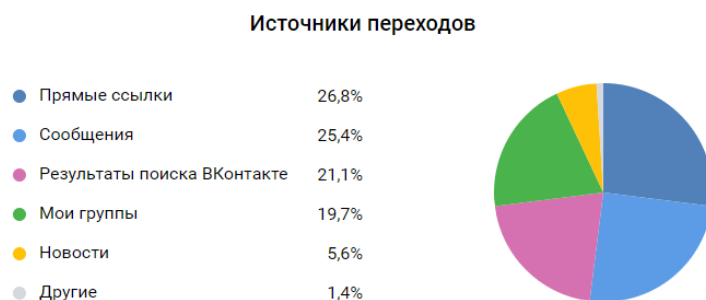


Рис. 5. Источники переходов

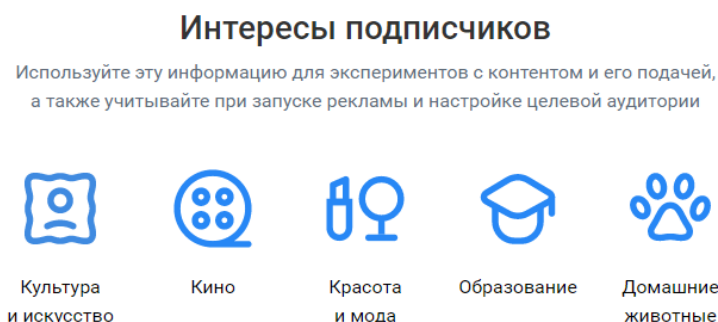


Рис. 6. Интересы подписчиков группы «Студенты_КНИТУ_Задания»

Кроме того, преподаватель может использовать новостную ленту в воспитательных целях. Например, выкладывать небольшие интересные посты, тематически связанные с различными аспектами изучаемых курсов. Таким образом, социальная сеть «ВКонтакте» позволяет использовать ее ресурсы в образовательных и воспитательных целях, что позволяет педагогу идти в ногу со временем.

Отдельно подчеркнем удобство открывшихся возможностей проведения онлайн опросов, как через социальные сети, так и через Google-формы, и через Яндекс-формы. Приведем, в качестве примера результаты собственного опроса, проведенного в 2020 г. среди студентов 2-4-х курсов КНИТУ разных специальностей на тему «Учеба в университете: ожидание vs реальность в условиях перехода на дистанционное обучение». В общей сложности на анкету дали ответы 225 человек в возрасте 18–23 года, из них 130 девушек и 95 юношей. Часть вопросов анкеты касались оценки ситуации в стране и в мире в целом. Онлайн-опрос проводился через Google-формы. Данный опрос позволил реализовать, как научно-исследовательскую, так и учебно-методические задачи. Учебно-методические задачи состояли в демонстрации студентам диагностических возможностей прикладных социологических исследований, а именно опросов, для сбора оперативной эмпирической информации [3, 4, 5, 6]. Научная цель состояла в том, чтобы оценить отношение и готовность студентов к дистанционным формам обучения.

В частности, на вопрос: «Отметьте те изменения, которые произошли в вашей жизни в период пандемии и карантина» студенты выбрали следующие варианты: 100 % опрошенных перешли на дистанционное обучение; 55 % перестали выходить из дома. Отменили поездки – 46 %; уехали из города – 41 %; перешли на удаленную работу – 9 %; вынужденно ушли в отпуск 3 %.

Отвечая на открытый вопрос: «Какие возможности открылись в связи с переходом на дистанционное обучение?», значительная часть опрошенных студентов, а именно 59 %, отметили, что у них появилось «больше свободного времени», «появились возможности начать учиться полностью самостоятельно, научиться чему-то новому»; «Можно выполнять задания в удобное для себя время»; «...нашла время на всё то, на что не хватало вре-

мени во время обычного течения учебного процесса. Даже появились мысли – следующее образование получить заочно или очно-заочно». В целом опыт перехода на дистант во время пандемии создал важный прецедент и тем самым стимулировал развитие дистанционных форм обучения. У многих студентов и у части преподавателей сформировалось понимание того, что дистанционные формы обучения и коммуникации могут стать очень удобным дополнением к традиционным формам организации учебного процесса.

Подводя итог, подчеркнем, что социальные сети ни коим образом не заменяют официальные LMS ВУЗа, но позволяют преподавателю значительно сэкономить время на оперативную коммуникацию с обучающимися, создают пространство для менее формального взаимодействия преподавателя и студента, помогают решать различные затруднения студентов, связанные со сложностями поиска нужной информации в официальной LMS ВУЗа, обеспечивают удобный доступ к учебным текстовым, видео- и аудиоматериалам.

Литература

1. Российская аудитория социальных сетей и мессенджеров: изменения на фоне спецоперации. ВЦИОМ. Аналитический обзор. 18 апреля 2022 г. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossiiskaja-auditorija-socialnykh-setei-i-messendzherov-izmeneniya-na-fone-specoperacii> (дата обращения: 29.04.2023).
2. Кергилова Н.В., Сазонова О.К. Использование социальных сетей в образовательном процессе ВУЗа (на примере группы «ВКонтакте» «Педагогика и не только») // Сибирский педагогический журнал. – 2017. – № 6. – С. 87–90.
3. Сергеева З.Х. Моделирование социального взаимодействия в виртуальных сетях // Управление устойчивым развитием. – 2018. – № 5 (18). – С. 57–73.
4. Сергеева З.Х. Образ Казани в восприятии студентов (по материалам социологического исследования) // Управление устойчивым развитием. – 2018. – № 6 (19). – С. 55–69.
5. Сергеева З.Х. Action research: «Образ города Казани» по материалам анализа музыкального клипа «Нулевой километр» группы «Мураками» // Управление устойчивым развитием. – 2018. – № 2 (15). – С. 69–83.
6. Сергеева З.Х. Пандемия Covid-19 и переход на дистанционное обучение: результаты опроса студентов // Вестник экономики, права и социологии. – 2021. – № 1. – С. 158–161.

РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ОБЩЕСТВА

Солдатенкова Светлана Сергеевна,
Нуруллина Эльмира Ринатовна

Казанский государственный энергетический университет, Казань, Россия

Аннотация. В статье рассмотрена роль, которую играют интернет-сообщества в социально-экономическом развитии общества в современных отечественных условиях и жизни людей в целом. Интернет-сообщества рассмотрены как социальные группы людей, объединенные общими интересами, целями и убеждениями, которые общаются и взаимодействуют друг с другом в виртуальном пространстве. Показаны особенности развития культуры интернет-сообществ и методы, с помощью которых возможно уменьшить факторы отрицательного влияния на общество. В статье выявлены факторы, влияющие на социально-экономические аспекты развития общества с помощью интернет – сообществ и тенденции их развития на сегодняшний день. Показана роль интернет – сообществ в маркетинговом продвижении товаров или услуг организаций, в том числе через социальные сети и форумы, способы применения интернет – сообществ в маркетинге и риски, которые имеют стратегии маркетингового продвижения с помощью интернет – сообществ.

Ключевые слова: интернет-сообщество, социальная группа, социально-экономическое развитие, цифровое общество, маркетинговое продвижение, реклама, онлайн платформа, социальная сеть, форум, блог.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что современные социально-экономические условия оказывают значительное влияние на культуру интернет-сообществ. С развитием технологий и распространением доступа к Интернету, количество и разнообразие онлайн сообществ значительно увеличилось. Это привело к появлению новых форм общения и взаимодействия между людьми. Одной из главных особенностей культуры интернет – сообществ является их открытость и доступность. Интернет позволяет людям из разных стран и культур находить общие интересы и создавать сообщества вокруг них. Культура интернет – сообществ также характеризуется свободой выражения мнений и идеологий. В них люди имеют возможность высказывать свои мысли и убеждения без страха перед осуждением со стороны общества или государства. Это способствует развитию свободы мысли и разнообразия мнений. Они позволяют людям общаться и делиться своими идеями и взглядами на различные темы. Как и в реальной жизни, в интернете могут возникать конфликты и споры между людьми с разными мнениями. Но в целом, интернет - сообщества существенно расширяют возможности людей выражать свое мнение, что способствует развитию демократических процессов и свободе слова в обществе [1].

Однако, культура интернет-сообществ также имеет свои негативные стороны. Например, некоторые сообщества могут стать площадкой для распространения ненависти, насилия и экстремизма, что является уголовно наказуемыми преступлениями. Также, в интернете может происходить манипуляция информацией и создание «фейковых» новостей.

В целом, культура интернет-сообществ является отражением современных социально-экономических условий и развития технологий. Она представляет собой смесь свободы выражения, разнообразия мнений и культурного обмена, но также может иметь негативные аспекты. Важно понимать, что культура интернет-сообществ формируется и развивается в зависимости от того, как используются новые технологии и какие ценности и идеологии пропагандируются в онлайн сообществах.

Интернет-сообщества могут бороться с негативными аспектами различными способами [2]:

- модерация комментариев и контента: многие сайты и социальные сети имеют правила использования, которые запрещают оскорбительные или негативные комментарии. Модераторы могут удалить такой контент или заблокировать пользователей, нарушающих эти правила;

- создание положительной атмосферы: члены сообщества могут активно создавать позитивные темы и обсуждения, поднимать настроение друг другу и стараться избегать конфликтов;

- образование: члены сообщества могут проводить образовательные мероприятия, которые помогают снизить уровень негатива и конфликтности в сообществе;

- социальная ответственность: члены сообщества могут призывать к социальной ответственности и уважению друг к другу, что может снизить количество негативных комментариев и стимулировать позитивное общение;

- привлечение экспертов: сообщества могут привлекать экспертов, которые могут помочь улучшить качество общения и уменьшить количество негатива.

Интернет-сообщества играют важную роль в социализации, особенно в современном обществе, где люди все больше и больше связаны с технологиями и онлайн-медиа. Рассмотрим факторы, влияющие на социально-экономические аспекты развития общества с помощью интернет - сообществ.

Во-первых, интернет-сообщества предоставляют людям возможность обмениваться информацией с теми, кто имеет общие интересы и ценности. Это помогает людям найти единомышленников, расширить круг общения и участвовать в общественной жизни. Интернет-

сообщества являются одним из наиболее эффективных средств коммуникации в современном обществе [4]. Они позволяют людям общаться независимо от расстояния и времени. Интернет-сообщества объединяют людей с общими интересами и целями, что позволяет им обмениваться идеями и решать проблемы вместе. Они также предоставляют возможность для общения и социализации, что особенно важно для людей, живущих в отдаленных местах или ограниченных в возможностях мобильности. Кроме того, интернет-сообщества являются мощным инструментом для маркетинга и продвижения продуктов и услуг. Они позволяют компаниям и маркетологам найти свою целевую аудиторию и общаться с ней, что приводит к увеличению продаж и улучшению общей репутации бренда [5].

Во-вторых, интернет-сообщества помогают людям получать новые знания и навыки через обучение, обмен опытом и совместную работу. Это особенно важно для молодежи, которая может получить доступ к образовательным ресурсам и учиться в интерактивной среде. Интернет-сообщества в обучении – это группы людей, которые обмениваются знаниями, опытом и информацией в определенной области через интернет. Такие сообщества обычно создаются для совместного изучения, обсуждения и решения проблем в конкретной области. Они могут быть как формальными, организованными учебными группами, так и неформальными, созданными самостоятельно группами людей, разделяющих общие интересы. Интернет-сообщества имеют множество преимуществ для обучения и обучаемых. Они позволяют общаться с людьми из разных частей мира, что расширяет кругозор и позволяет получить разные точки зрения на одну и ту же проблему. Они также дают возможность обучаемым получать быструю обратную связь от других участников сообщества, что позволяет быстро устранять ошибки и улучшать свои навыки. Интернет-сообщества также могут быть полезны для учителей и преподавателей. Они позволяют им обмениваться опытом и получать поддержку от своих коллег. Они могут использовать сообщества для создания совместных проектов и обмена учебными материалами. В целом, интернет-сообщества в обучении могут быть очень полезными и эффективными инструментами для обучения и развития. Они позволяют людям общаться, обмениваться информацией и создавать новые знания вместе.

В-третьих, интернет-сообщества могут помочь людям расширить свои горизонты и узнать о других культурах и мировоззрениях. Это способствует повышению культурного уровня и толерантности в обществе. В интернет-сообществах формируются различные культурные направления и течения, которые влияют на мировоззрение участников.

В-четвертых, интернет-сообщества могут быть сильным инструментом для организации социальной активности и привлечения внимания к социальным проблемам. Люди могут объединяться в интернете, чтобы поддерживать инициативы и кампании, направленные на улучшение общественной жизни. Интернет-сообщества и активисты в решении социальных проблем – это люди, объединившиеся в цифровых пространствах с целью обсуждения и решения социальных проблем. Они могут заниматься различными видами деятельности, такими как создание петиций, участие в онлайн-акциях, создание блогов и социальных сетей, направленных на решение конкретных проблем. Такие сообщества и активисты могут заниматься решением различных социальных проблем, таких как нарушения прав человека, экологические проблемы, проблемы здравоохранения, борьба с коррупцией и т.д. Они могут использовать интернет технологии для сбора и распространения информации, организации согласованных митингов и пикетов, обращения к властям и общественности. Данные сообщества могут играть важную роль в обществе, поскольку они позволяют обратить внимание на социальные проблемы и повысить осведомленность людей о них. Они также могут оказывать влияние улучшение процесса взаимодействия с органами государственной власти и общественностью, чтобы изменить ситуацию в лучшую сторону [6].

В-пятых, интернет-сообщества в настоящее время играют ведущую роль в маркетинговом продвижении товаров или услуг.

Можно выделить, следующие тенденции развития интернет-сообществ на сегодняшний день:

- рост числа пользователей: количество людей, использующих интернет, продолжает увеличиваться, что приводит к увеличению числа интернет-сообществ;
- развитие социальных сетей: социальные сети, такие как ВКонтакте, WhatsApp и др., продолжают расти и развиваться, привлекая все больше пользователей;
- увеличение мобильного трафика: с каждым годом все больше пользователей обращается к интернету с мобильных устройств, что приводит к росту мобильного трафика в интернет-сообществах;
- видео контент: видео контент становится все более популярным в интернет-сообществах, и это приводит к тому, что все больше пользователей обращается к видео платформам, таким как YouTube, Rutube и др.;
- рост платежных сервисов: рост платежных сервисов, таких как PayPal, Apple Pay, Google Pay и др., облегчает процесс покупок в интернет-сообществах и увеличивает коммерческий потенциал таких сообществ;
- развитие искусственного интеллекта: искусственный интеллект используется в интернет-сообществах для улучшения опыта пользователей, улучшения рекомендаций и управления контентом;
- большее внимание к кибербезопасности: с ростом числа пользователей интернета и увеличением объемов данных, обрабатываемых в интернет-сообществах, становится все более важным обеспечивать безопасность пользователей и их данных;
- развитие виртуальной реальности: виртуальная реальность становится все более доступной для пользователей интернета, что приводит к созданию новых возможностей для интернет-сообществ;
- рост влияния микроинфлюэнсеров: микроинфлюэнсеры становятся все более популярными в интернет-сообществах, так как они имеют более узкий круг подписчиков, но при этом более высокий уровень вовлеченности;
- увеличение влияния интернет-активистов: интернет-активисты могут оказывать значительное влияние на общественное мнение и решения, принимаемые в интернет-сообществах.

В целом, интернет-сообщества играют важную роль в современной коммуникации, предоставляя людям и компаниям возможность общаться и взаимодействовать в обществе, которое становится все более цифровым.

Рассмотрим роль интернет-сообществ в маркетинговом продвижении товаров или услуг организаций, в том числе через социальные сети и форумы. Интернет-сообщества могут быть созданы компанией или независимыми пользователями и могут иметь разную форму и структуру, включая форумы, блоги, группы в социальных сетях и другие онлайн-платформы [3].

Интернет-сообщества позволяют маркетологам установить прямую связь с потенциальными клиентами и продвигать свои продукты или услуги. Они могут использоваться для сбора обратной связи и маркетинговых исследований, для установления долгосрочных отношений с клиентами, для увеличения узнаваемости бренда и для создания сообщества людей, которые разделяют общие ценности и интересы.

Интернет-сообщества также могут быть эффективным инструментом для увеличения лояльности клиентов и продвижения продуктов или услуг через рекомендации и отзывы. Кроме того, они могут помочь в управлении репутацией бренда и в устранении проблемных ситуаций с клиентами.

Однако, для успешного использования интернет-сообществ в маркетинге, необходимо понимать потребности и интересы аудитории, а также уметь создавать содержательный и привлекательный контент. Кроме того, необходимо уметь управлять и модерировать сообществом, чтобы избежать негативных комментариев и конфликтов.

Интернет-сообщества играют важную роль в маркетинговом продвижении, поскольку они представляют собой платформу для общения и обмена информацией между людьми, ко-

которые имеют общие интересы и ценности. В частности, интернет-сообщества могут использоваться для:

- продвижения бренда и товаров: пользователи интернет-сообществ могут делиться своим опытом использования продуктов, а также оставлять отзывы и рекомендации, что помогает повысить их узнаваемость и привлечь новых покупателей;
- проведения исследований рынка: интернет-сообщества позволяют маркетологам собирать отзывы и мнения пользователей о продуктах и услугах, а также анализировать их поведение и потребности, что помогает оптимизировать маркетинговые кампании;
- создания лояльности к бренду: активное участие в интернет-сообществах позволяет компаниям установить более тесный контакт с покупателями, что может привести к увеличению их лояльности и повторным покупкам;
- расширения аудитории: интернет-сообщества могут помочь компаниям привлечь новых покупателей, которые могут быть заинтересованы в их продуктах или услугах, а также расширить свой рынок продаж.

В целом, интернет-сообщества представляют собой важный инструмент в маркетинговом продвижении, который позволяет компаниям установить более тесный контакт с покупателями, увеличить узнаваемость своих брендов и продуктов, а также оптимизировать маркетинговые кампании.

Маркетинговое продвижение с помощью интернет-сообществ имеет определенные риски. Рассмотрим некоторые из них:

- риск негативной реакции сообщества: интернет-сообщества могут быть очень чувствительными к рекламным сообщениям и могут негативно отреагировать на навязчивую или неуместную рекламу. Это может привести к отрицательным отзывам, бойкотам, уменьшению доверия к бренду и даже к судебным искам;
- риск потери контроля над сообщением: когда размещается сообщение в интернет-сообществе, оно может быстро разойтись и стать доступным для широкой аудитории. Это может привести к тому, что сообщение будет истолковано по-разному, что повредит репутации;
- риск утечки конфиденциальной информации: если интернет-сообщество используется для маркетинговых целей, то может произойти риск утечки конфиденциальной информации. Например, можно случайно разместить информацию о предстоящих акциях, которые должны быть конфиденциальными;
- риск нарушения законодательства: маркетинговое продвижение может нарушать законодательство, если не соблюдаются правила, касающиеся защиты данных, рекламы, авторских прав и т.д.
- риск низкой эффективности маркетинговой кампании: интернет-сообщества могут быть очень шумными и переполненными рекламой. Сообщение может быть потеряно среди множества других сообщений, что может привести к низкой эффективности маркетинговой кампании.
- риск потери доверия к бренду: если интернет-сообщество используется для маркетинговых целей, но не уделяется достаточно внимания аудитории, это может привести к потере доверия к бренду. Бренд может быть воспринят как навязчивый и неискренний.
- риск потери контроля над кампанией: если интернет-сообщество используется для маркетинговых целей, то развитие маркетинговой кампании может принять неожиданный поворот. Это может привести к потере контроля над кампанией и непредсказуемым результатам.

Таким образом, интернет-сообщества являются важной частью современной жизни общества, которые предоставляют множество возможностей для общения, взаимодействия и маркетингового продвижения различных товаров и услуг. Однако, необходимо быть осторожным и внимательным, чтобы избежать возможных рисков и проблем.

Литература

1. *Киселева Н.А.* Феномен социальных сетей как особого вида массовой коммуникации / Современное знание: проблемы и пути решения: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. – Орел: Изд-во ОГИЭТ, 2015. – С. 39–46.
2. *Гордилов А.В.* Информационно-коммуникативное поведение молодых людей-участников интернет-сообществ как социальная проблема // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2012. – № 2. – С. 79–87.
3. *Невесенко Е.Д.* Специфика формирования и функционирования Интернет-сообществ: социальный аспект // Молодой ученый. – 2011. – № 5 (28). – Т. 2. – С. 88–92.
4. *Канкина А.В., Голуб Р.С.* Интернет-инструменты маркетинга в продвижении рекламного проекта // Вестник Академии знаний. – 2019. – № 5 (34). – С. 293–294.
5. *Иванченко Д.А.* Специфика социального взаимодействия индивидов в Интернет-сообществе. – URL: http://www.isras.ru/abstract_bankI120B1BB722.pdf (дата обращения: 10.04.2023).
6. *Шакула Д.* Интернет-сообщества как субъекты, формирующие глобальную информационную среду: понятие, происхождение // Сайт научно-культурологического журнала «RELGA». – URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=-1055&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 16.04.2023).

РОЛЬ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ В РАЗВИТИИ ЦИФРОВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ И УМЕНЬШЕНИИ ЦИФРОВОГО НЕРАВЕНСТВА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Трубицин Иван Иванович

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Хайруллина Юлдуз Ракибовна

Казанский (Приволжский) федеральный университет,

*Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан,
Казань, Россия*

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы цифрового неравенства в Республике Татарстан. Описываются основные причины возникновения неравенства в доступе и использовании цифровых технологий, а также предлагаются возможные решения и меры для решения этой проблемы. Результаты опроса и экспертных интервью позволяют выявить проблемы, связанные с цифровым неравенством в Республике Татарстан, а также определить возможные направления и меры его преодоления.

Ключевые слова: цифровые компетенции, цифровое неравенство, цифровая социализация, медиакомпетентность, информационно-коммуникационные технологии, Республика Татарстан.

Актуальность темы «Роль органов государственной власти в развитии цифровых компетенций и уменьшении цифрового неравенства в республике Татарстан» обусловлена рядом факторов. Среди них можно назвать быстро меняющуюся технологическую среду, которая требует от населения умения ориентироваться в новых цифровых условиях. В связи с этим, важным элементом общественной жизни становится цифровая грамотность населения, которая включает в себя умение работать с информационными и коммуникационными технологиями, анализировать полученную информацию и использовать ее для решения практических задач. Однако не все жители Республики Татарстан имеют возможность получить цифровые навыки в равной мере, что влечет за собой усугубление цифрового неравенства.

В связи с этим, целью данной статьи является изучение роли органов государственной власти в развитии цифровых компетенций и уменьшении цифрового неравенства в Республике Татарстан. Кроме того, в статье будет рассмотрено влияние различных социально-экономических факторов на формирование цифровых навыков населения и описаны меры, принимаемые государственными органами для поддержки развития цифровой грамотности граждан.

Задачами исследования являются:

- оценка уровня цифровой грамотности населения Республики Татарстан и анализ факторов, влияющих на формирование цифровых компетенций;
- рассмотрение программ цифровизации, реализуемых в Российской Федерации и сопоставление данных с программами, реализуемыми в Республике Татарстан;
- анализ мер, принимаемых органами государственной власти Республики Татарстан для реализации и поддержки развития цифровой грамотности, в том числе цифровых компетенций, преодоления цифрового неравенства, рассмотрение преимуществ и недостатков в данной сфере.

Для достижения задач использовались два основных метода исследования и один дополнительный:

- экспертное интервью по тематике цифрового неравенства в Республике Татарстан, экспертами выступили лица, непосредственно связанные с реализацией программ по цифровизации, проведением различных курсов в области информационного обучения для разных возрастных групп населения – $n = 150$ человек.
- опрос населения по Республике Татарстан с помощью онлайн-формы в разных населенных пунктах, выборка для пилотажного исследования составила $n = 150$ человек, цель диссертационного исследования – опросить 400 человек для более репрезентативной информации по данной тематике.
- вторичный анализ ресурсов, посвященных тематике цифровизации, решению проблемы цифрового неравенства в Российской Федерации и Республике Татарстан.

Рассмотрим понятие цифровой социализации, которое на сегодня приобретает все большее значение в процессе постоянного развития технологий и адаптации человека к существующей и развивающейся социально-технологической среде. Обобщая приведенные исследователями описание термина «цифровая социализация» – можно в общих чертах описать его как совокупность процессов, происходящих в обществе, которые неразрывно связаны с использованием цифровых технологий и социальных медиа, описанием взаимодействия людей с друг другом, обмена информацией и созданием сообществ в онлайн-пространстве [1, с. 120–132].

Интеграция цифровых технологий в жизнь социума формирует новые формы взаимодействия, в том числе и между человеком и технологиями (например, чат-боты, голосовые ассистенты и бытовые роботы). Особое место в цифровой социализации занимает роль медиакомпетентности включенная в понятие цифровой грамотности населения.

Цифровая грамотность (в том числе и медиакомпетентность) – является совокупностью знаний, навыков и умений, необходимых для безопасного и эффективного использования информационно-коммуникационных технологий, цифровых сервисов в повседневной жизнедеятельности человека и его взаимодействии с другими людьми. Сегодня медиакомпетентность является одним из приоритетов в развитии общества и является необходимой составляющей цифровой грамотности. В России этому вопросу уделяется большое внимание на государственном уровне, в частности, существуют программы и проекты, направленные на развитие медиакомпетентности в цифровой среде [2, с. 1–3].

Один из таких проектов – «Цифровое гражданство», который разработан Центром современных медиа при поддержке ведущих интернет-компаний [3, с. 2–4]. Целью проекта является развитие медиакомпетентности населения, повышение уровня цифровой грамотности и создание устойчивой модели цифрового поведения населения.

Также стоит отметить, что в России существует федеральный портал «Безопасный интернет» [4], на котором можно найти полезные ресурсы и информацию по секьюрности в Интернете, а также советы о том, как обеспечить безопасность при работе в цифровой среде.

Обратимся к опыту реализации программ и проектов цифровизации и мерам развития и поддержки цифровой грамотности, реализуемых в Республике Татарстан.

По данным исследований в Республике Татарстан можно отметить достаточно высокий уровень цифровой социализации населения. Согласно исследованию Центра стратегических разработок Татарстана на 2021 год [5, с. 2–5], 93 % населения имеют мобильные устройства, 88 % – компьютеры, и 77 % регулярно используют интернет. При этом популярность социальных сетей и мессенджеров среди жителей республики остается очень высокой и увеличивается. Так, согласно исследованию компании Mediascope, наиболее популярными социальными сетями в Татарстане в 2021 году были: Вконтакте (79 % пользователей), Instagram (48 %), Одноклассники (44 %), YouTube (43 %), а также мессенджер WhatsApp (83 %) [6].

Однако, вопреки высокому уровню использования цифровых технологий, медиакомпетентность жителей республики все еще остается недостаточно развитой. Согласно исследованию Университета ИТМО [7, с. 56–58], в 2021 году только 23 % населения Татарстана имеют достаточно высокий уровень медиа-грамотности. Это связано с отсутствием качественного образования в области медиа, отсутствием критического мышления и знаний о методах, связанных с информационной безопасностью.

Эксперты отмечают, что недостаток медиакомпетентности может привести к негативным последствиям, таким как распространение ложной информации, которая может привести к неправильным решениям и дезинформированию общественного мнения. Поэтому, необходимо улучшить качество образования в области медиа-грамотности и популяризировать знания о методах защиты информации в цифровом мире.

Отдельно следует рассмотреть понятие цифрового неравенства, которое определяется как разрыв в доступе и использовании информационных и коммуникационных технологий между различными группами населения. Оно может возникать из-за различий в доходах, образовании, возрасте, местонахождении и других социальноэкономических факторах. Цифровое неравенство ограничивает доступность информации, возможности коммуникации и участия в культурной и экономической жизни общества.

Особенностями цифрового неравенства в Республике Татарстан являются: различие в доступе к широкополосному интернету; экономическое неравенство; различие в уровне компетенций и языковые барьеры.

Доступ к широкополосному интернету в Республике Татарстан остается проблемой для некоторых районов. По данным Федеральной службы государственной статистики за 2022 год [7], доля домохозяйств, имеющих доступ к Интернету, в республике составляет 77 %. В некоторых городах, таких как Казань, Набережные Челны и Альметьевск, этот показатель выше среднего уровня, превышая 75 %, что говорит о высоком уровне доступности Интернета в городах. Однако в сельских районах этот показатель ниже среднего уровня, и составляет около 44 %.

Также существуют экономические различия, которые могут отрицательно сказаться на доступности ИКТ. По данным Федеральной службы государственной статистики на 2021 год, средний доход на душу населения в регионе составляет 22 551 руб. В то же время, многие группы населения с низким уровнем дохода, например, часть пенсионеров и молодежи, не могут позволить себе приобрести современное оборудование и иметь постоянный доступ к Интернету.

Компетенции населения в области ИКТ в республике Татарстан являются значительной проблемой для преодоления цифрового неравенства. По данным опроса Федеральной службы государственной статистики на 2021 год [7], только 27 % населения республики имеют опыт работы с электронной почтой, и только 20,1 % людей могут самостоятельно использовать поиск в Интернете.

Языковые барьеры выступают в особой связи для лиц старших возрастных групп или населения, проживающего в отдаленных от городских центров населенных пунктах, где основные трудности будут связаны с языковым барьером в использовании интернет-ресурсов на русском языке или невозможности обучаться использованию ИКТ на своем родном языке, в том числе и для иностранцев.

Понятие цифрового неравенства Особенности цифрового неравенства в республике Татарстан Анализ текущего состояния цифрового неравенства в республике Татарстан

Для решения поставленной задачи исследования и оценки ситуации с цифровым неравенством в Республике Татарстан были выбраны экспертные интервью и опрос (анкетирование) – $n = 150$ человек из разных населенных пунктов республики. В рамках собственного исследования были получены следующие результаты:

Эксперты отмечают актуальность проблемы сегодня (только один из экспертов высказал иную точку зрения, что эта проблема находится в процессе активного разрешения и все необходимые условия для этого созданы).

Общим в точке зрения экспертов также считается мнение о необходимости разработки комплексной стратегии по развитию именно компетенций населения в области цифровых технологий. Наиболее интересное мнение на этот счет представлено экспертом, который отметил учёт особенностей разных групп населения и регионов республики, в особенности в сельской местности.

Для разрешения этой проблемы эксперты считают необходимым создать и увеличить количество проводимых мероприятий и центров по обучению и развитию цифровых навыков, цифровой грамотности, в том числе организуя бесплатные курсы и тренинги для населения с трудностями в овладении и в доступе к ИКТ. Отдельно отмечались существующие цифровые площадки и порталы, в том числе ГосУслуги РТ, где население может решить большинство проблем с оформлением документации в разных сферах жизнедеятельности и не только.

Проблемным местом развития цифровых компетенций эксперты считают вопрос вовлечения населения в данный процесс, так как высказывается общее мнение о том, что необходимые площадки уже есть, не хватает понимания в каком направлении продвигаться дальше, что качественно влияет на эффективность проводимых программ.

Опрос проводится на основе квотной выборки с учетом социально-демографических характеристик населения Республики Татарстан. Выборка пилотажного исследования составила 150 человек. Учитывались следующие социально-демографические характеристики: Пол, возраст, образование, место жительства, уровень дохода. В результате были получены следующие данные:

Итак, 45,5 % респондентов считают, что не имеют достаточных цифровых навыков для постоянной работы и общения в интернете.

Также было установлено, что молодежь (до 25 лет) имеет более высокий уровень цифровых навыков, чем старшее поколение (старше 50 лет).

Около 15 % респондентов заявили о том, что не могут использовать интернет и цифровые технологии из-за отсутствия компьютеров или других устройств (данные респонденты были опрошены родственниками, которым была направлена форма анкеты).

Значительная часть респондентов – 72,2 % отметили, что хотели бы принять участие в повышении цифровых компетенций, отмечая организацию бесплатных курсов и тренингов.

Респонденты из сельской местности – 43,3 % отметили, что не имеют возможности получать постоянный доступ к интернету из-за отсутствия высокоскоростной связи;

Трудности с цифровыми технологиями испытывают 63,3 % респондентов, в особенности с использованием онлайн-банкинга, онлайн-обучения и онлайн-медицины, отмечая, что поддержка и помощь близких не помогает разрешить необходимые запросы.

Таким образом, полученные результаты опросов и экспертных интервью в рамках пилотажного исследования по теме, позволяют выявить проблемы, связанные с цифровым неравенством в Республике Татарстан, а также определить возможные пути ее решения. Дан-

ные методы научных исследований являются важными инструментами для оценки социально-экономической ситуации в регионе и определения направлений развития.

Республика Татарстан входит в число регионов России с высоким уровнем цифровизации, но в то же время существует ряд проблем, связанных с цифровыми неравенствами и низким уровнем цифровых компетенций населения. Ниже приведены некоторые выводы по результатам вторичного анализа данных [8] и проведенного исследования по развитию цифровых компетенций и уменьшению цифрового неравенства в Республике Татарстан. Итак, в исследованиях констатируется необходимость следующих мер развития.

1. Более широкое внедрение цифровых технологий в образовательном процессе – это одно из ключевых средств преодоления цифровых неравенств. Необходимо увеличить количество курсов, мастер-классов и онлайн-курсов по темам, связанным с цифровыми технологиями.

2. Повышение уровня информационной грамотности населения – в цифровой эпохе важно уметь не только пользоваться технологиями, но и уметь оценивать и анализировать информацию.

3. Создание сети информационных точек и развитие системы онлайн-консультаций – при разработке цифровых решений и услуг следует учитывать потребности всех слоев населения, включая людей с ограниченными возможностями и людей с низким уровнем грамотности.

4. Создание сети информационных точек и развитие системы онлайн-консультаций – могут помочь людям получать доступ к информации и услугам в цифровом мире.

5. Развитие кибербезопасности, а также противодействие киберпреступности также должны быть неотъемлемой частью стратегии развития цифровых компетенций.

Сделаем выводы. развитие цифровых компетенций и уменьшение цифрового неравенства являются актуальными направлениями развития в Республике Татарстан и требуют серьезных усилий от государства, общественных организаций и бизнес-сектора. Принятие соответствующих мер позволит не только уменьшить цифровые различия, но и повысить уровень развития региона в целом.

Литература

1. *Boyd D.* It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens. – Yale University Press, 2014. – P. 120–132.
2. *Солдатова Г.У., Войскунский А.Е.* Социально-когнитивная концепция цифровой социализации: новая экосистема и социальная эволюция психики // Психология. Журнал ВШЭ. – 2021. – № 3. – С. 431–450.
3. *Бронников И.А., Карнова В.В.* Цифровое гражданство в Российской Федерации: политические риски и перспективы // Вестник ВолГУ. Серия 4, История. Регионоведение. Международные отношения. – 2021. – № 3. – С. 123–133.
4. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. Безопасный интернет. 2018 г. – URL: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/382/?utm_referrer=https%3a%2f%2fwww.google.com%2f#section-description (дата обращения: 25.04.2023).
5. *Гладкова А.А., Гарифуллин В.З., Рагнедда М.* Модель трех уровней цифрового неравенства: современные возможности и ограничения (на примере исследования Республики Татарстан) // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2019. – № 4. – С. 41–72.
6. *Вартанова Е.Л., Вихрова О.Ю., Самородова Э.В.* Медиаграмотность как условие преодоления цифрового неравенства в Российской Федерации // Медиаскоп. – 2021. – Вып. 1. – URL: <http://www.mediascope.ru/2679> (дата обращения: 25.04.2023).
7. *Имамов М.М.* Цифровая трансформация в Республике Татарстан // Science And Education: Problems And Innovations: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции (Пенза, 27 июня 2021 года). – Пенза: Наука и Просвещение, 2021. – С. 56–58.
8. *Шарков Ф.И., Назарова Е.А., Жуков А.В.* Цифровая грамотность населения и сетевые коммуникации: социологическое измерение // Коммуникология. – 2020. – № 3. – С. 52–62.

ТРАНСФОРМАЦИЯ РЫНКОВ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ: КАК ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ СОЗДАЕТ НОВЫЕ ФОРМЫ СОЦИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕЖДУ ПРОДАВЦАМИ И ПОКУПАТЕЛЯМИ

Усманов Галяэддин Рафаилович

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Популяризация и развитие интернет-торговли является естественным процессом в условиях развития интернета. Данная статья рассматривает влияние потребительского поведения на изменения рынков и появление новых форм социального взаимодействия в электронной торговле, а также анализирует основные тренды в поведении пользователей, которые способствуют этим изменениям.

Ключевые слова: интернет-покупка, потребительское поведение, социальная коммуникация между продавцами и покупателями.

Сегодняшний день без интернета немислим. Он предоставляет нам возможность общения, доступа к информации, развлечения и работы. Интернет стал такой же необходимой частью жизни, как и еда, вода и тепло. Этот феномен вызывает особый интерес для научного сообщества. Интернет – это одно из самых быстро развивающихся направлений, которое изменяет общество во всех его аспектах [7]: меняет экономику, социальные отношения, культуру и политику.

Согласно статистике, в настоящее время более 60 % населения мира использует интернет ежедневно [9]. Они могут сидеть в сети через компьютер, планшет или смартфон, чтобы проверить свою электронную почту, почитать актуальные новости или посмотреть видео. Это создало новые возможности для коммуникации, учебы, работы и развлечений.

Кроме того, интернет создал новые возможности для людей в рамках покупки товаров или услуг. Сегодня многие компании перешли на онлайн-торговлю, что позволяет потребителям выбирать и приобретать товары и услуги в любое удобное для них время, из любой точки мира. Более того, онлайн-торговля также стала источником новых бизнес-моделей и инноваций, благодаря возможностям персонализации и аналитики данных.

В период с 2001 по 2021 год доля россиян, ежедневно пользующихся Интернетом, выросла с 30 % до 74 %. Это означает, что большинство населения России все чаще использует Интернет в своей повседневной жизни [2]. Потерпела изменения и сфера интернет-торговли. Все больше людей выбирают онлайн-покупки, как альтернативу стандартному рынку. Растущая популярность интернет-коммерции отражается в исследованиях ВЦИОМ, согласно которым 62 % россиян уже совершали покупки через сеть и более половины граждан, которые ранее использовали покупки в интернете, стали делать это чаще за последние один-два года (55 %) [1].

Согласно исследованиям, проведенным ВЦИОМ, а также отчетам eMarketer, в мировой и российской интернет-торговле существуют несколько основных направлений товаров, которые наиболее популярны. В их число входят категории товаров: одежда и обувь, мелкая бытовая техника, электроника и товары для дома [2].

Главными факторами, способствующими росту интернет-покупок, являются удобство, быстрота и простота совершения покупок, а также возможность сравнения цен и ознакомления с отзывами других покупателей. Современные технологии, такие как мобильные приложения и социальные сети, делают процесс покупки еще более простым и удобным, что привлекает все больше потребителей.

Развитие направления покупок в интернете выражается в ряде факторов, которые заметны как для потребителей, так и для продавцов и производителей товаров: удобство и комфорт процесса покупки, индивидуализация предложения на основании потребности клиентов, развитие скорости логистики по доставке товаров от склада до покупателя, гибкие и безопасные форматы оплаты покупок и прочее.

Онлайн-торговля и платформы для онлайн-обмена услугами не только предоставляют людям новые возможности для совершения покупок и заключения сделок, но и кардинально меняют традиционные, устоявшиеся модели бизнеса в других, смежных сферах. Онлайн отнимает часть продаж у классических оффлайн форматов торговли не только в сфере покупки и продажи товаров, но и в смежных областях.

Одним из ярких примеров того, как онлайн-площадки изменили традиционный рынок, является сфера покупки авиа и железнодорожных билетов. Ранее люди вынуждены были ездить в туристические агентства или в кассы авиакомпаний для покупки билетов. Сегодня же все больше людей используют онлайн-платформы для покупки билетов на самолеты и поезда. Это существенно упрощает процесс покупки билетов, делая его более удобным и быстрым.

Также развитие онлайн-кинотеатров повлияло на рынок кинотеатров. Сегодня многие люди предпочитают смотреть фильмы онлайн, в удобное для них время, вместо походов в кинотеатр [4]. Сейчас все больше пользователей имеет возможность просмотреть интересные кинокартины прямо в своем смартфоне, что наносит сильный удар по всей сфере кинотеатров, вынужденных идти на радикальные меры для возврата посетителей в кинозалы.

Говоря о покупках товаров, то можно отметить, что с развитием онлайн площадок, традиционный оффлайн формат продаж в торговых центрах терпит изменения и убытки. Многие люди часто посещают магазины только для ознакомления с товаром, а затем заказывают его в интернете, где он обычно стоит дешевле [5].

В результате этих изменений рынок интернет-торговли продолжает расти, привлекая все больше потребителей и стимулируя компании к инновациям и улучшению своих услуг.

Развитие сферы интернет-торговли сегодня невозможно представить без учета изменений в поведении потребителей. Рост числа людей, предпочитающих делать покупки в интернете, обусловлен не только удобством и скоростью процесса, но и возможностью сравнивать цены на товары в различных магазинах и выбирать наиболее выгодные предложения. Однако изменения в поведении потребителей не касаются только выбора места покупки. Сегодня все больше людей становятся осведомленными о том, что покупают. Они изучают отзывы других пользователей, сравнивают характеристики товаров и анализируют ценовую политику магазинов. Кроме того, возросло количество пользователей, которые пользуются услугами мобильных приложений и социальных сетей для поиска товаров и оформления заказов.

Сфера интернет-торговли постоянно совершенствуется и адаптируется к новым требованиям и потребностям пользователей. Растущий спрос на удобные и быстрые методы покупки товаров в интернете стимулирует развитие новых технологий и сервисов.

Основные тренды, которые способствуют изменению рынка интернет-торговли:

1. Все большее число пользователей интернета используют для доступа мобильные устройства. Благодаря социальным сетям, мессенджерам, онлайн-играм и другим приложениям, которые доступны на смартфонах, пользователи проводят в сети все больше времени. Мобильные приложения и смартфоны изменили привычные формы взаимодействия между компаниями и потребителями, сегодня пользователи имеют возможность покупать товары и услуги, связываться с технической поддержкой, оставлять отзывы, а также делиться своим мнением о продуктах и услугах в социальных сетях [10].

Продавцы и маркетологи также обращают внимание на данный тренд и адаптируют свои сайты и приложения специально под мобильные устройства, чтобы сделать пользование ресурсами компании максимально удобными и комфортными. Они также начинают использовать мобильную рекламу и социальные сети для привлечения потребителей.

Также становится все более популярным использование мессенджеров и социальных сетей для общения с клиентами и проведения продаж [8]. Продавцы начинают активнее использовать эти инструменты, чтобы держать связь с клиентами, отвечать на вопросы и помогать им сделать правильный выбор [6].

2. Социальные сети становятся важной точкой касания потребителя с продуктом и помогают развивать лояльную аудиторию, готовы поддержать компанию. Работа с социальными сетями позволяет компаниям устанавливать более тесный контакт с потребителями

и повышать эффективность своих маркетинговых кампаний. Социальные сети оказывают большое влияние на поведение потребителей, так как позволяют им делиться информацией о продуктах и услугах с друзьями и знакомыми, а также позволяют изучать обратную связь пользователей в виде положительных и отрицательных отзывов, что прямо влияет на решение о покупке.

Согласно аналитическому обзору ВЦИОМ, 29 % россиян сталкивались с обманом в интернете [1]. Наличие достаточного количества отзывов о продукте или наличие социальных сетей компании, благодаря которым покупатели могут убедиться в положительном образе компании, значительно влияют на доверие потребителей при совершении покупок.

3. Рост популярности маркетплейсов. Маркетплейсы создают экосистему, объединяющую продавцов, потребителей и сервисных провайдеров, что позволяет повысить удобство и качество покупок. Среди основных преимуществ маркетплейсов можно выделить удобство использования, доступность для всех продавцов и покупателей, а также возможность экономии времени и денег [3].

Популяризация маркетплейсов основана на некоторых факторах. Во-первых, маркетплейсы предоставляют более широкий выбор товаров, чем социальные сети или интернет-магазины, так как на площадке могут продавать товары множество независимых продавцов. Во-вторых, маркетплейсы обеспечивают высокий уровень защиты покупателя, в том числе защиту от мошенничества, так как платежи обрабатываются на платформе маркетплейса, а не напрямую продавцом. Также маркетплейсы в большинстве случаев предоставляют гарантии возврата товара, если он не соответствует описанию или не работает должным образом.

С другой стороны, покупки в социальных сетях или на небезопасных интернет-магазинах могут быть опасными, так как платежи часто производятся напрямую продавцу, без промежуточной защиты. Это означает, что покупатель не может быть уверен в качестве товара или доставке, и продавец может быть мошенником. Кроме того, такие магазины не всегда соблюдают правила защиты персональных данных, что может привести к утечкам личной информации.

Делая выводы, мы можем обозначить, что количество пользователей, готовых приобретать товары через интернет ежегодно растет и продолжает увеличиваться. На стремительное развитие интернет-торговли и его популяризацию в обществе влияют многие факторы, в основном касающиеся удобства самого потребителя:

Во-первых, это удобство и экономия времени, которые пользователи получают при покупке товаров в интернете. Нет необходимости тратить время на поездку до магазина, поиски нужного товара на полках, ожидание в очередях. В интернете все доступно в одном месте, и можно быстро сравнить цены и характеристики товаров.

Во-вторых, интернет-магазины предлагают больший выбор товаров, чем обычные магазины, и поэтому могут удовлетворить различные потребности и вкусы потребителей.

В-третьих, цифровые технологии, такие как умные алгоритмы и системы рекомендаций, позволяют интернет-магазинам более точно подбирать товары для каждого покупателя, учитывая его предпочтения и историю покупок.

Эти и другие тренды, перечисленные в статье, а также быстрый технологический прогресс и меняющиеся потребительские предпочтения, формируют новые формы социального взаимодействия между продавцами и покупателями, определяют новые модели бизнеса и способы взаимодействия на рынке, и показывают, насколько сфера электронной коммерции готова быстро меняться и создавать комфортную среду для пользователей на основании их потребностей.

Литература

1. ВЦИОМ. Аналитический обзор. «Покупки в интернете: доверие против мошенничества». – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/pokupki-v-internete-doverie-protiv-moshennichestva> (дата обращения: 21.04.2023).

2. ВЦИОМ. Аналитический обзор. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheski-obzor/pokupki-v-internete-doverie-protiv-moshennichestva> (дата обращения: 21.04.2023).
3. Буянов А.С. Роль маркетплейсов в развитии электронной торговли // Human Progress. – 2022. – Том 8. – Вып. 3. – С. 5–10.
4. Исследование GfK. «Рейтинг онлайн-кинотеатров в России, Q1 2022». – URL: <https://www.gfk.com/ru/insights/GfK-research-for-the-first-quarter-of-2022> (дата обращения: 21.04.2023).
5. Плискановская М.И. Интернет-магазины как новая экономическая реальность // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2018. – № 2. – С. 58–63.
6. Сарафанов А.А., Сарафанова А.Г. Мобильная реклама: современное состояние и перспективы развития // NBI-technologies. – 2015. – № 4. – С. 29–32.
7. Arora P. The Next Billion Users: Digital Life Beyond the West. – Harvard University Press, 2019. – 187 p.
8. Emarketer. «Mobile Commerce Trends: Gen Z Leads the Way in Mobile Shopping and Payments», 2021. – URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinessdevelopmentcouncil/-/2023/05/23/4-trends-in-gen-z-and-millennial-payment-preferences-for-e-commerce/> (дата обращения: 21.04.2023).
9. Global Digital 2021: World's internet users pass the 4.5 billion mark. We Are Social. – URL: <https://wearesocial.com/digital-2021> (дата обращения: 21.04.2023).
10. Smith J. The Impact of Mobile Apps and Smartphones on Consumer Behavior // Journal of Marketing Research. – 2019. – Volume 3. – Issue 4. – P. 37–45.

ГИБРИДНОЕ СОСЕДСТВОВАНИЕ КАК НОВАЯ ПРАКТИКА ФОРМИРОВАНИЯ ЖИЛИЩНОГО СООБЩЕСТВА (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ИННОПОЛИС)

Ушакова Анастасия Максимовна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Соседские отношения претерпевали и продолжают претерпевать различные трансформации: возникновение городов и их активный рост, появление многоквартирных домов и повышение их этажности, изменения в особенностях застройки влияют на соседские отношения. Все эти изменения способствуют усилению дистанции между соседями, повышают их изолированность друг от друга. Однако вместе с этим происходит развитие технологий, в том числе, цифровых. Возникают новые формы коммуникации – коммуникации в онлайн-пространстве. Возникают и развиваются социальные сети и мессенджеры, в которых люди могут обмениваться информацией и вести диалог. Эти изменения затрагивают и соседское сообщество, так как для удобства связи всех жильцов начинают появляться виртуальные сообщества подъезда, дома, жилого комплекса, района или даже всего города. Такая практика соседствования, которая включает в себя как офлайн, так и онлайн-практики, получила название «гибридное соседствование». В 2015 году в России был открыт новый город Иннополис, который позиционируется как технологически развитый город. Фактически одновременно с открытием города были созданы чаты в мессенджере Telegram для коммуникации между жильцами. В связи с этой особенностью города, где гибридное соседствование изначально было принципом формирования жилищного сообщества, а также разнообразием форм виртуального сообщества, в данной статье представлены.

Ключевые слова: соседство, соседские практики, онлайн-сообщество, цифровая инфраструктура, социальные сети, гибридизация.

Центральным понятием работы выступает термин «гибридное соседствование», при этом под «соседствованием» понимается процесс формирования жилищного сообщества, воспроизводящийся в ситуациях социального взаимодействия и представляющий собой

практики коммуникации между индивидами, которые проживают в непосредственной близости друг с другом. Феномен гибридности указывает на сочетание офлайн- и онлайн-практик, которые тесно связаны и дополняют друг друга [1, с. 56]. Таким образом, понятие «гибридное соседствование» отражает процессуальность соседских отношений в их конструировании через реальные и виртуальные коммуникации жильцов. Для реализации онлайн-практик необходимо не только наличие онлайн-площадок, но и сложившееся виртуальное сообщество, под которым Г. Рейнгольд понимал «социальные объединения, которые возникают в Сети, когда достаточное количество людей ведут публичные дискуссии достаточно долго, проявляя достаточно человеческих чувств, чтобы сформировать сети личных отношений в киберпространстве» [4]. При этом стоит отметить, что отношение к онлайн-практикам неоднозначно. Если Г. Рейнгольд говорит о большом потенциале технологий для солидаризации людей и формирования устойчивых связей, то ряд авторов не столь оптимистичны в отношении влияния Интернета на сообщества. К. Хэмптон и Б. Уэллман выделяют три дискурса о влиянии Интернета на сообщество [3, с. 279]:

– Интернет ослабляет сообщества, разрушая значимые личные контакты. Главное опасение заключается в том, что новые технологии будут отчуждать человека от сообщества;

– Интернет трансформирует сообщества, создавая новые формы коммуникации. Благодаря развитию технологий появляется новый способ коммуникации, стирающий любые границы: расовые, статусные, гендерные или этнические. Интернет в данном случае обладает высоким солидаризирующим потенциалом. Необходимо понимать, что виртуальные сообщества, которые рассматриваются в данной позиции, не являются аналогом уже существующих, то есть они объединяют такие группы людей, которые ранее не могли объединиться в силу географической изоляции или отсутствия канала коммуникации;

– Интернет усиливает сообщества, добавляя новые связи к уже существующим. Данный взгляд близок к мысли о трансформации сообществ, однако отличие заключается в том, что изменяться и усиливаться будут уже существующие сообщества, которые получают новый способ связи.

Обратимся к примеру Иннополиса, чтобы понять какой же из данных дискурсов реализуется на практике. В Иннополисе виртуальное сообщество сложилось исключительно в мессенджере Telegram, несмотря на наличие онлайн-площадок в других социальных сетях. При этом необходимо отметить, что виртуальное сообщество признано официально: в чатах состоят представители администрации, которые реагируют на обращения жителей, а также занимаются модерацией сообщества, то есть задают правила общения и контролируют их соблюдение. В марте 2023 года были проведены полуформализованные интервью. В исследовании приняли участие жители г. Иннополис, проживающие в нем более одного года. Было проведено 15 интервью, из них 8 среди женщин в возрасте от 23 до 34 лет, а также 7 среди мужчин в возрасте от 23 до 37 лет, занятых в разных сферах и со стажем проживания от года до семи.

Необходимо остановиться на некоторых особенностях Иннополиса. Во-первых, это размер города и соответственно численность его население, которые являются сравнительно небольшими. Во-вторых, многоэтажная застройка Иннополиса представлена квартальным типом: шесть дворов, четыре из которых сформированы четырьмя домами, а два – тремя. При таком типе застройки также сильно развит коммерческий сектор, представленных на первых этажах. В-третьих, это особый тип заселения домов: дома полностью (или почти) арендные, а квартиры предоставляются либо крупными компаниями города, либо есть служебные квартиры работников Иннополиса. Кроме того, важно отметить, что в университете Иннополиса часть студентов обучается по целевому направлению, и они обязаны отработать определённый срок в тех компаниях, которые есть в Иннополисе, так что после выпуска они остаются в городе, получают арендное жилье и могут становиться соседями. Подобный тип расселения, а также тот факт, что жители города в нем и работают, приводят к ситуации, когда соседями становятся люди, обладающие другими связями помимо соседских: «*Мои одно-*

курсники, которые тоже расселялись по городу, это мои соседи, коллеги по работе» (Инф. 15, мужчина, 23 года).

Во время интервью задавался следующий вопрос: «Кого Вы можете назвать «соседями»?». Удалось выделить следующие варианты понимания соседства:

Выборочное (соседи – конкретные люди): *«Есть мужчина он живет с собакой. На другом этаже есть тоже мама, у них ребенок там на год старше и самый близкий контакт с, ну, через стену живут, там тоже мама с ребенком, прям ровесница нашей дочки»* (Инф. 4, женщина, 31 год);

Узкое (соседи – люди, которые живут рядом – лестничная площадка или подъезд): *«Все, кто со мной на лестничной клетке живут в целом, вот именно они»* (Инф. 12, мужчина, 25 лет);

Широкое (соседи – все жители Иннополиса): *«Ну на самом деле соседями даже могу назвать вообще всех по городу, потому что есть чат»* (Инф. 9, женщина, 25 лет).

«Концентрические круги» (соседи – все, но это соседи разной близости: лестничная площадка, подъезд, дом, двор, город): *«Можно было бы назвать соседями тех, кто делит один двор, потому что там дворы они сформированы четырьмя домами, вот и когда одна игровая площадка объединяет такие вот дома, но это такие дальние соседи. А есть близкие жили в одном доме, на лестничной клетке»* (Инф. 8, женщина, 23 года). Своим наличием виртуальное сообщество оказывает влияние на понимание соседских отношений (как можно видеть в примере широкого понимания соседства). Будучи объединенными общей сетью, жители начинают ощущать себя частью не только виртуального, но и соседского сообщества – происходит размывание границ онлайн- и офлайн-сообществ.

Для изучения гибридных практик обратимся к работе О. Громашевой [2, с. 18], в которой выделено пять типов соседских практик и инициатив (безопасность, DIY, влияние на авторитеты, альтернативная экономика и времяпрепровождение), которые также реализуются с помощью онлайн-площадок.

Безопасность: из-за малой численности населения, «закрытости» города, а также большого количество камер информантами отмечался в целом довольно высокий уровень безопасности, но, кроме этого, отмечалось также, что дополнительное ощущение безопасности создает и наличие соседского контроля. Именно благодаря онлайн-площадкам активно реализуется общественный контроль: сообщения с замечаниями или информацией оставляются в общем официальном чате города или в чатах домов. С одной стороны, в подобной бдительности и пристальном внимании есть позитивный момент – жители Иннополиса действительно могут рассчитывать, что кто-то заметит опасность и не пройдет мимо, но, с другой стороны, постоянное наблюдение одних соседей за другими нарушают приватность их жизни:

«Конфликты были, они решались через порицание меня в чате, весь чат накинута, так скажем, на меня, а лично никто со мной разговаривать не хотел. Замечания в чатах – это постоянно, а бывает еще и снимают исподтишка. Меня так однажды снимали из окна, потом выложили это в чат, я думаю: «ну вы что с ума сошли?», это прям какой-то ужас вообще» (Инф. 11, мужчина, 25 лет).

Также стоит отметить, что наличие виртуального сообщества позволяет помогает справляться с потерей вещей. Есть чат, где публикуются пропажи и находки, так, человек, который что-то забыл или потерял, может без труда вернуть свою вещь обратно, при этом отмечалась высокая эффективность данного чата. Таким образом, данный чат – это один из механизмов, через которые жители участвуют в формировании безопасной и комфортной среды своего дома, двора или города, создают правила поведения в совместных пространствах и решают конфликты.

DIY: данные практики основаны на инициативе людей совершать какие-либо изменения своими силами. В Иннополисе подобные обсуждения протекают как в общем (официальном) чате города, так и в формате отдельных площадок для дискуссий и работы над их реализацией: например, экологические проекты или благотворительные проекты помощи животным представлены отдельными чатами. Однако было озвучено также мнение, что жи-

тели Иннополиса слишком полагаются на администрацию города и не принимают сами активного участия в его жизни: *«Я думаю, что в Иннополисе все организует Консьерж-сервис, то есть от людей желание, мне кажется, не исходит, То есть Консьерж-сервис может организовать посадку деревьев, люди придут»* (Инф. 14, мужчина, 30 лет).

Влияние на авторитеты: в чем-то данная практика совпадает с DIY, она также опирается на инициативу и участие членов сообщества, однако поиск решения проблемы происходит через обращение к властным структурам. Это можно сделать, написав в официальный чат. В целом данная практика находит довольно широкое применение. Простой способ обращения к администрации, ее активное участие в жизни города и быстрое реагирование на обращение могут быть одной из причин почему различные DIY практики не так активно представлены в городе. Решать свои вопросы через влияние на властные структуры жителям может оказаться проще, чем организовывать что-то самостоятельно. Таким образом, наиболее востребованной для инициатив остается ниша благотворительности. Однако, несмотря на наличие решений проблем администрацией, есть в городе такие проблемы, которые сколько бы ни обсуждались, так и не решаются: *«Как по мне, делается конечно многое, но не все решается. Те вопросы, что требуют больших денег никогда не решаются. Вот сабаки бродячие всегда были большой проблемой и периодически возвращаются, сколько жалобы ни пиши. Или еще «лучше» с автобусами ситуация. Иннополис же все же город отдельный, и от Казани довольно далеко, а машина есть не у каждого, и вот автобусов не хватает и это проблема никак не решается, потому что это вам не забор убрать или починить что-то, это требует денег огромных»* (Инф. 6, мужчина, 37 лет).

Альтернативная экономика: представлена довольно широко от простых одолжений до продажи собственных изделий или услуг. Привычное обращение за услугой к соседу стало производиться опосредовано через чаты: если вещь довольно распространенная, то это может происходить в чате дома, а если это что-то более редкое, то обращаются в общий чат, важным при этом является возможность обратиться именно к большой аудитории, тем самым проявив меньше усилий, можно решить свою проблему: *«Чат – это удобно. Так бы я подходил с просьбой к кому-то одному, а так пишу, а там кто может ответит»* (Инф. 7, мужчина, 25 лет). Также существует чат, где выставляются вещи, которые можно забрать даром. Еще одной практикой альтернативной экономики является сообщество, где жители выставляют на продажу вещи (есть версия, предназначенная исключительно для женщин). А также существуют чаты, в которых предлагаются к продаже услуги или изделия конкретного жильца. Ещё одним примером выступают совместные обращения за какими-либо услугами: *«Ко мне приезжает ветеринар. Кому еще нужно? Ко мне приезжает грумер. Давайте там это вместе закажем что-нибудь, сделаем»* (Инф. 12, мужчина, 25 лет), существуют чаты для совместных покупок или заказов. Удаленность Иннополиса от Казани, а следовательно, и от более разнообразного рынка товаров и услуг побуждает жителей находить альтернативные способы реализации своих потребностей, а онлайн-площадки при этом помогают выстроить коммуникацию.

Времяпрепровождение: в официальном чате есть запрет на обсуждение тем, которые не касаются жизни в Иннополисе, однако потребность в общении привела к появлению чата InnoTalks, который выступает площадкой для неформального общения соседей. Также существует множество тематических чатов, объединяющих людей как онлайн, так и офлайн по их интересам: рыбалка, любители кошек и другие, в них происходит простое общение, организация совместных встреч.

Таким образом, на примере Иннополиса можно видеть, как онлайн-площадки становятся не только неотъемлемым пространством для общения с соседями, позволяющим преодолевать территориальные границы, солидаризирующим большие группы людей и вовлекающим их в управление совместной собственностью, но и способом коммуникации с властью в лице администрации города и воздействия на нее. Официальное признание виртуального жилищного сообщества Иннополиса позволяет создать эффективный канал распространения важной информации, а также сделать коммуникацию между жителями и властью более от-

крытой и доступной. Однако активная регуляция чатов, которая возникла как следствие признания их администрацией города одобряется не всеми участниками, поэтому возникли альтернативные сообщества, где это вмешательство отсутствует. В целом виртуальное сообщество города Иннополис демонстрирует сложную и многообразную систему онлайн-коммуникаций, которые сформировались в рамках одного мессенджера и стали неотъемлемой частью жилищных практик членов данного сообщества.

Онлайн-практики соседствования, которые возникли вследствие развития информационно-коммуникационных технологий, оказывают сильное влияние на формирование жилищного сообщества. Как симбиоз онлайн- и офлайн-практик возникла новая гибридная форма соседских отношений. Возвращаясь к тем возможным последствиям влияния Интернета на сообщества, которые называли К. Хэмптон и Б. Уэллман, можно сказать, что с появлением гибридного соседствования не происходит исчезновение связей внутри соседского сообщества, которого опасались в связи с проникновением Интернета в повседневную жизнь человека, а происходит трансформация этих связей и они начинают принимать опосредованный характер, кроме того, цифровые технологии способствуют появлению новых практик, которые ранее были невозможны. Виртуальное сообщества Иннополиса позволяет связать целый город сетями коммуникаций, что трудно представить себе без онлайн-площадок.

Гибридные практики создают большое разнообразие сценариев соседствования, основанные на различном понимании соседских отношений, желании включаться в практики общения и участвовать в соседском контроле. Трансформация, произошедшая в жилищном сообществе в связи с появлением онлайн-практик, упрочняет связи, позволяет преодолевать возросшую в обществе тенденцию к изолированности, возвращая тесные социальные связи в соседские отношения.

Литература

1. Чернышева Л., Гизатуллина Э. «ВКонтакте» с соседями: черты и практики гибридного соседствования в большом жилом комплексе Санкт Петербурга // *Laboratorium: Журнал социальных исследований*. – 2021. – № 13 (2). – С. 39–71.
2. Gromasheva O. Hybrid neighborliness in action: the Case of Kudrovo, Russia // *Laboratorium: Журнал социальных исследований*. – 2021. – № 13 (2). – С. 13–37.
3. Hampton K., Wellman B. Neighboring in Netville: How the Internet Supports Community and Social Capital in a Wired Suburb // *City & Community*. – 2003. – Volume 2. – Issue 4. – P. 277–311.
4. Rheingold H. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. 1993. – URL: <http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html> (дата обращения: 10.04.2023).

ДЕТСКИЙ СЕМЕЙНЫЙ ДОСУГ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ: СОСТОЯНИЕ, РИСКИ

Хайруллин Рауль Рафаэлевич

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Антонова Ольга Геннадьевна

*Саратовский национальный исследовательский государственный университет
имени Н.Г. Чернышевского, Саратов, Россия*

Аннотация. В статье рассматривается влияние цифровой трансформации на семейный досуг детей, анализируются как возможности, так и риски, которые несет данный процесс. Поскольку технологии меняют семейные отношения и досуг, они влияют не только на то, как формируются связи между детьми и родителями, но и на непосредственное репродуктивное поведение будущих родителей, на само решение о рождении детей. Воздействие на детей

цифрового контента, такого как потоковые платформы, социальные сети и видеоигры, может послужить как источником образовательных и развлекательных материалов, так и представлять потенциальные риски и проблемы. В статье подчеркивается важность сотрудничества между родителями, школами и правительством для решения этих проблем и обеспечения безопасной и сбалансированной цифровой среды для детей.

Ключевые слова. цифровая трансформация, досуговая деятельность, семейная социализация, репродуктивное поведение, поведение детей.

В последние годы наблюдается заметный сдвиг в репродуктивном поведении молодежи под влиянием различных факторов, преобладающих в современном обществе. Это изменение отношения к рождению детей является не только результатом социально-экономических и культурных трансформаций, но и имеет прямое отношение к цифровой революции, охватившей весь мир. Цифровая эпоха изменила то, как семьи проводят досуг, что оказало глубокое влияние на воспитание и образование детей [5].

Одним из ключевых факторов, определяющих это изменение репродуктивного поведения, является повсеместное присутствие технологий в повседневной жизни. Повсеместное распространение смартфонов, планшетов и других устройств привело к увеличению потребления цифрового контента, влияя на то, как семьи взаимодействуют и сближаются. Этот сдвиг привел к переоценке традиционных семейных ценностей и приоритетов, включая саможелание иметь детей [2]. В результате пары предпочитают иметь меньше детей или даже не иметь их вообще, в некоторых случаях отдавая предпочтение своей карьере, личностному росту или цифровому образу жизни.

Цифровая трансформация также существенно повлияла на сферу детского семейного досуга, не только предоставив новые возможности для самореализации, но и привнеся проблемы и риски, связанные с расширением окна возможностей [4]. Хотя технологии предлагают широкий спектр развлекательных и образовательных ресурсов, они также подвергают детей потенциальным рискам. Появление телевизионных и потоковых платформ, социальных сетей, видеоигр, а также влияние современных знаменитостей и влиятельных лиц на восприятие и поведение детей вызвали опасения по поводу потенциальных негативных последствий чрезмерного времени у экрана и воздействия неприемлемого контента.

Эти опасения распространяются и на влияние цифровой трансформации на воспитание и образование детей. Роль родителей, школ и властей в руководстве и поддержке детей в эпоху цифровых технологий становится все более важной, поскольку они сталкиваются с уникальными проблемами на разных уровнях. На семейном уровне родительское посредничество, ролевое моделирование и регулирование экранного времени необходимы для поддержания баланса между использованием технологий и традиционными семейными занятиями. Между тем, школы должны адаптироваться к меняющейся среде образования, повышая цифровую грамотность и решая такие проблемы, как поглощение вредоносного контента, киберпреступления, а также киберзапугивание (кибербуллинг). Наконец, органы власти, играют решающую роль в реализации политики и инициатив, способствующих безопасному и ответственному использованию цифровых технологий.

В свете этих событий важно изучить взаимосвязь между репродуктивным поведением, семейным досугом детей и цифровой трансформацией. Понимая, как цифровая эпоха повлияла на семейную динамику и приоритеты, мы можем лучше решать стоящие перед нами проблемы. Это включает в себя поиск баланса между использованием преимуществ цифровой трансформации и снижением ее потенциальных рисков, а также воспитание чувства ответственности и осведомленности у родителей, педагогов и политиков.

В конечном итоге цифровая трансформация несет как возможности, так и риски для детского семейного досуга. Мы несем коллективную ответственность за то, чтобы цифровая эпоха приносила позитивные изменения, обогащая жизнь детей и способствуя их росту и развитию. Признавая глубокое влияние цифровой трансформации на репродуктивное по-

ведение, воспитание и образование детей, мы можем начать культивировать более сбалансированное и гармоничное будущее для семей в современную эпоху.

Цифровая трансформация оказала глубокое влияние на семейный досуг детей, изменив способы участия семей в развлекательных мероприятиях и изменив динамику семейных связей. Одним из наиболее важных аспектов этой трансформации является появление телевидения и потоковых платформ, которые произвели революцию в том, как дети потребляют контент. Больше не привязанные к традиционному расписанию вещания, дети теперь могут получить доступ к огромному количеству шоу и фильмов по запросу, предоставляя бесконечные возможности для развлечений. Тем не менее, такое обилие контента также представляет потенциальные риски, поскольку родителям может быть сложно следить за привычками просмотра своих детей и следить за тем, чтобы они получали доступ к материалам, соответствующим их возрасту.

Еще одним важным аспектом цифровой трансформации является растущая популярность платформ социальных сетей, таких как YouTube и TikTok. Эти платформы породили новое поколение инфлюенсеров, способных формировать интересы, вкусы и поведение детей. Хотя данные лица могут дать детям вдохновение, научить творчески мыслить и чувствовать сопричастности, они также могут знакомить детей с контентом, который может не соответствовать ценностям их родителей или поощрять нездоровое поведение и нереалистичные ожидания. В эпоху цифровых технологий дети имеют беспрецедентный доступ к жизни своих кумиров, часто стирая границы между реальностью и тщательно подобранными онлайн-персонажами, представленными этими знаменитостями. Это повышенное воздействие может привести к тому, что дети будут боготворить поверхностные аспекты славы и успеха, потенциально способствуя нездоровым стремлениям и проблемам с самооценкой. Кроме того, постоянное присутствие в социальных сетях может привести к тому, что дети будут проводить слишком много времени у экрана, что негативно скажется на психическом и физическом состоянии детей.

Культура видеоигр также значительно выросла в последние годы, и видеоигры стали центральной частью досуга многих детей. Социальный характер современных игр, включая многопользовательские онлайн-игры и прямые трансляции, превратил видеоигры в интерактивный опыт, позволяющий детям общаться с другими людьми по всему миру. Однако вызывающий привыкание характер игр и преобладание внутриигровых платных микроплатежей вызывают опасения по поводу потенциальных последствий чрезмерного увлечения играми, включая финансовые риски, нарушение режима сна и снижение физической активности.

По мере того, как мы преодолеваем сложности цифровой трансформации, жизненно важно осознавать ее влияние на семейный досуг детей и связанные с ней потенциальные риски. Чтобы снизить эти риски, семьи, школы и органы власти должны работать вместе, чтобы создать основу, поддерживающую развитие детей в эпоху цифровых технологий. Родители могут сыграть решающую роль, выступая посредником при знакомстве своих детей с цифровым контентом, обеспечивая руководство и устанавливая границы, чтобы способствовать сбалансированному подходу к досугу. Школы могут внести свой вклад, включив обучение цифровой грамотности в учебную программу, помогая детям приобретать навыки, необходимые для безопасной и ответственной навигации в цифровом мире. Власти, могут поддержать эти усилия, внедрив политику и инициативы, способствующие ответственному цифровому потреблению и использованию.

Для решения проблем, связанных с цифровой трансформацией, необходимо проанализировать ее влияние на воспитание и образование детей. Этот анализ должен учитывать различные уровни, на которых происходит эта трансформация: семья, школа и органы власти.

На семейном уровне родительское посредничество, ролевое моделирование и контроль экранного времени имеют решающее значение для снижения потенциальных рисков, связанных с цифровыми технологиями. Поскольку цифровая трансформация продолжает влиять на нашу жизнь, родителям важно поддерживать баланс между онлайн- и офлайн-деятельностью для своих детей. По опроса 2022 года [1], более половины детей (55 %) боль-

шую часть времени проводят с родителями. Это дает родителям прекрасную возможность участвовать в различных мероприятиях со своими детьми, которые способствуют физическому, творческому и образовательному развитию.

Одним из способов обеспечения здорового баланса является поощрение детей к занятиям спортом. Опрос показал, что 76 % детей занимаются спортом, причем наиболее популярными являются плавание (35 %), футбол (20 %) и хоккей (10 %). Родители в Казани сообщили, что 63 % детей посещают платные учреждения для занятий спортом, при этом 21 % занимаются спортом на детских площадках и футбольных полях, а 16 % – в школе. Такая направленность на спорт помогает детям с пользой проводить свободное время (68,4 %), укреплять здоровье (52,6 %), развиваться духовно и нравственно (36,8 %), заводить новых друзей (26,3 %), приобретать опыт общения с детьми и взрослыми (21,1 %), и направить свою энергию в нужное русло (5,3 %).

Помимо спорта, родители могут способствовать сбалансированному развитию, привлекая своих детей к культурным и творческим занятиям. Опрос показал, что 24 % родителей сообщили, что их дети часто посещают учреждения культуры, а 32 % заявили, что посещают такие учреждения время от времени. Кинотеатры, театры и концерты современных исполнителей были популярным выбором для культурных мероприятий. Развитию творческих способностей могут способствовать и внешкольные мероприятия, такие как музыкальные и художественные школы, репетиторы, развивающие программы, которые, по данным опроса, посещают 36 % детей.

Мероприятия на свежем воздухе, такие как посещение парков, поездки за город и посещение культурных мероприятий, таких как театральные представления и музейные выставки, могут помочь противодействовать последствиям чрезмерного времени, проводимого перед экраном. Результаты опроса показывают, что дети предпочитают посещать парки, скверы, выставочные центры, что может способствовать их общему развитию.

Исследования также показали, что большинство родителей (65 %) точно знают, чем интересуются их дети, в то время как 25 % имеют приблизительное представление, а 5 %, вероятно, не знают об интересах своих детей. Эти знания могут помочь родителям в выборе правильных занятий для своих детей с учетом их вкусов, привычек и интересов. По данным опроса, 40 % респондентов при планировании занятий учитывают предпочтения своего ребенка, а 55 % стараются учитывать его интересы.

Что касается экранного времени, исследование показало, что 48 % детей проводят 1-2 часа в день в Интернете, а 52 % столько же времени проводят за просмотром телевизора. Однако 18 % детей не пользуются интернетом, а 36 % не смотрят телевизионные программы. Поощрение участия в офлайн-мероприятиях может помочь сократить время, проводимое за экраном, и способствовать более сбалансированному образу жизни.

Для родителей важнейшей функцией детского досуга является общение, за которым следуют творчество, самореализация, отдых. Выбирая учреждение для досуга своих детей, родители отдают предпочтение компетентному персоналу, интересам ребенка, познавательному развитию, доступности и расположению.

Для оптимизации семейного и детского досуга в Казани опрошенные родители предложили развитие спортивно-игровых площадок, парков, скверов, выставочных центров, грамотный персонал для дополнительных занятий, доступные центры бесплатного обучения и спортивные секции, доступность досуговых объектов для детей. Кроме того, они рекомендовали сделать список доступных мероприятий в Казани легко доступным для общественности.

Школы играют жизненно важную роль в формировании у детей опыта цифровой эпохи. Чтобы вооружить учащихся необходимыми навыками для навигации в цифровом мире, школы должны уделять первоочередное внимание обучению цифровой грамотности. Это включает в себя обучение учеников тому, как критически оценивать онлайн-информацию, управлять своим цифровым следом и защищать свою конфиденциальность. Школы также должны решать такие проблемы, как киберзапугивание, создавая безопасную и благоприятную среду, в которой учащиеся чувствуют себя вправе сообщать об инцидентах и обращаться за помо-

щью. Кроме того, школы могут привлекать детей к внеклассным мероприятиям, таким как спортивные секции и кружки по интересам, а также к развлекательным, образовательным и культурным программам, предоставляя им возможности для самовыражения и развития своих интересов и талантов.

Федеральные, региональные и местные власти несут ответственность за создание поддерживающей инфраструктуры, способствующей здоровому семейному отдыху и содействующей развитию детей в эпоху цифровых технологий. Это включает в себя инвестиции в общественные места, такие как парки и спортивные сооружения, а также организацию культурных мероприятий для семей и детей. Например, в Республике Татарстан в целом и в г. Казань в частности, властями были достигнуты значительные успехи по созданию здоровой среды для отдыха детей. Развитие общественных пространств, таких как парки, спортивные сооружения и культурные учреждения, было выбрано как одно из приоритетных направлений развития в регионе, что привело к строительству многочисленных спортивных сооружений за последнее десятилетие. Эти пространства послужили платформами для социального взаимодействия не только детей между собой, но и для укрепления связей между детьми с их родителями. Вкладывая средства в эти инициативы, правительство республики создает вспомогательную инфраструктуру, поощряющую сбалансированный и здоровый подход к детскому досугу.

По мере того, как мы вступаем в цифровую эпоху, крайне важно признать, что технологии глубоко изменили репродуктивное поведение и семейный досуг детей. Вездесущность цифровых устройств и платформ изменила способ взаимодействия семей, что повлияло на воспитание и образование детей. Для обеспечения сбалансированного и целостного развития детей семья, школа и органы власти должны работать в унисон [3]. Родители должны быть посредниками в использовании технологий, поощряя самостоятельные занятия детей, которые способствуют физическому, эмоциональному и интеллектуальному развитию. Школы должны адаптироваться к современной цифровой среде, уделяя первоочередное внимание цифровой грамотности и предоставляя учащимся возможности участвовать во внеклассных мероприятиях. Власти должны инвестировать в общественную инфраструктуру и культурные инициативы, чтобы создать благоприятную среду для семейного отдыха. Применяя совместный и активный подход, мы можем использовать потенциал цифровой трансформации, чтобы обогатить жизнь детей, снизив связанные с этим риски и в конечном итоге создав светлое будущее для будущих поколений.

Литература

1. *Гараева Р.Т.* Особенности детского досуга в условиях большого города // Научный журнал «Студенческий вестник». – 2022. – № 45 (237). – С. 5–6.
2. *Хайруллина Ю.Р., Хайруллин Р.Р., Нуруллина Э.Р.* Демографические приоритеты населения в Республике Татарстан: статус детей и проблемы семьи. Монография / Ю.Р. Хайруллина, Р.Р. Хайруллин, Э.Р. Нуруллина. – Казань: Артифакт, 2016. – 321 с.
3. *Щеглова С.Н.* Как изучать детство? Социологические методы исследования современных детей и современного детства. – М.: ЮНПРЕСС, 2000. – 59 с.
4. *Мальшенко Т.Т.* Досуговая деятельность как средство социализации личности в подростково-юношеском возрасте / Т.Т. Мальшенко, Е.А. Карипанова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2014. – № 2 (5). – С 44–48.
5. *Ефлова М.Ю., Минзаринов Р.Г.* Концептуализация феномена социального исключения в социологических теориях // Казанский социально-гуманитарный вестник. – 2017. – № 3 (26). – С. 30–34.
6. *Антонова О.Г.* Истоки концепции «цифрового общества» в социологии / Материалы научно-практической конференции Дыльновские чтения «Общество и личность в условиях информационно-цифровых трендов». – Саратов: Саратовский источник, 2019. – С. 12–15.

МНЕНИЕ РОДИТЕЛЕЙ КАК ФАКТОР ВИРТУАЛЬНОЙ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ СТУДЕНТОВ: ОПЫТ ПИЛОТНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Щекотуров Александр Вячеславович,
Акст Игорь Владимирович

Балтийский федеральный университет имени И. Канта, Калининград, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются особенности самопрезентации студентов БФУ им. И. Канта в социальной сети ВКонтакте. Акцент сделан на взаимосвязи самопрезентации и оценки значимости мнения родителей студентов относительно публикуемого контента. Метод исследования – онлайн-анкетирование студентов ($n = 195$). Исследование выявило доминирование взаимного несогласия в понимании правил и границ виртуальной самопрезентации. Студенты практикуют избирательные публикации и управление заметностью контента, чтобы не создавать конфликтных ситуаций с родителями. Выявлены основные дискурсы, в контексте которых случаются семейные разногласия в вопросах виртуальной самопрезентации.

Ключевые слова: виртуальная самопрезентация, ВКонтакте, родители, студенты.

Цель данной работы – определить характер самопрезентации студентов в социальной сети «ВКонтакте» в зависимости от оценки значимости мнения их родителей относительно публикуемого контента. Такая постановка вопроса обусловлена в целом сложностью детско-родительских отношений [1], особенно в период перехода к активной социализации и самостоятельной жизни вне родительского гнезда [2–4]. Исследования виртуальной самопрезентации демонстрируют особую роль родителей как «воображаемой аудитории» – то есть социальной группы, реакцию которой стараются спрогнозировать в процессе раскрытия информации о себе в социальных сетях [5]. Однако до сих пор открытыми остаются вопросы о том, каких стратегий самопрезентации придерживаются студенты с учетом мнения родителей и как меняется их сетевое поведение в случае, если вопросы приватного и публичного (не) обсуждаются в семье. С намерением получить первичные данные по этим вопросам было принято решение о проведении разведывательного исследования.

Метод исследования – онлайн-анкетирование студентов БФУ им. И. Канта, проведенное с 17 по 27 апреля 2023 г. В опросе приняло участие 195 респондентов, использующих социальную сеть ВКонтакте, в возрасте от 17 до 35 лет (средний возраст 19,5 лет, стандартное отклонение – 2,1), из них 78,5 % девушки и 21,5 % – юноши.

В целом по выборке мы видим значительное преобладание тех студентов, для которых мнение родителей не является важным в процессе публикации контента в ВКонтакте: 73,8 % (включая 29,7 % указавших вариант «абсолютно не важно») против 20 % (включая 4,6 % указавших вариант «абсолютно важно»), еще 6,2 % затруднились с ответом. Большинство студентов никогда (64,6 %) (или редко (21,5 %)) не обсуждают с родителями то, что следует и не следует публиковать в социальных сетях. Важно отметить, что даже те студенты, для которых мнение родителей важно, лишь в 18,8 % случаев иногда беседуют с родителями на эту тему.

Выявляя значимость мнения родителей к основным стратегиям виртуальной самопрезентации, установлено два статистических факта. Во-первых, студенты, прислушивающиеся к высказываниям своих родителей более склонны намеренно что-либо не публиковать ВКонтакте, чтобы их не расстраивать (59,4 %). Студенты, игнорирующие оценки родителей, в большинстве не практикуют подобный избирательный постинг (77,9 %). При этом есть незначительная доля студентов (12 %), которые стараются не публиковать часть контента из профилактических соображений, то есть даже тогда, когда мнение родителей для них абсолютно не значимо. Во-вторых, аналогичное распределение ответов было получено в отношении использования настроек конфиденциальности, позволяющих скрывать часть контен-

та. С одной лишь поправкой в том, что доля студентов, использующих эту стратегию из профилактики, выросла до 25,9 %.

Несмотря на то, что большинство студентов не обсуждает свою активность и самопрезентацию в социальных сетях (а, возможно, и благодаря этому), у 83,6 % студентов редко (или никогда) случались разногласия с родителями (или другими членами семьи) в том, что можно и нельзя размещать в сети. Причем примерно равные доли тех, для кого мнение родителей значимо (12,8 %) и не значимо (10,4 %) сталкивались с подобными конфликтами часто или иногда. Основные ситуации разногласий, о которых в открытой форме сообщили студенты, можно свести к следующей типологии (таблица 1).

Таблица 1

Типология разногласий между студентами и их родителей относительно публикуемого контента в социальной сети ВКонтакте

Дискурс любовных отношений	Телесный дискурс	Приватный дискурс	Дискурс нормальности	Политический дискурс
«Родители считают, что не стоит публиковать фотографии, где обнимаюсь/целуюсь с партнером, в то время как я не видела в этом ничего плохого, поскольку это просто красивые кадры»	«Были разногласия с отцом из-за моих фото с вином или в купальнике, он считает – это слишком, но мне все равно, фотки-то красивые»	«В том, что могут сглазить и незачем афишировать свою личную жизнь»	«Маме не понравилась фотография с «факом». Мой аргумент был в том, что это мои соцсети и она на них влиять не может»	«Зачем ты выражаешь свою политическую позицию, нам не нужны проблемы»
«Они против того, чтобы чрезмерно открывать свою личную жизнь. Я занимаю нейтральную позицию и не понимаю такого осуждения. Закончилось все тем, что каждый остался при своем мнении»	«Фото показалось маме слишком откровенным»	«Написала пост о расстройствах пищевого поведения, за что получила выговор, потому что такое «нельзя обсуждать онлайн»»	«Маты низзя»	«Мать натоксила из-за антивоенной истории»

Выводы.

1. Опрошенные студенты уже в столь юном возрасте (18–19 лет) ведут свои социальные сети, не имея поддержки в лице своих родителей. Отсутствие межпоколенческих контактов в этом вопросе лишило старших авторитета у младших. Тот факт, что только каждый пятый студент из тех, для кого мнение родителей по-прежнему является важным в процессе виртуальной самопрезентации, иногда беседует с ними на эту тему, говорит о разных возможных причинах сетевого разрыва «отцов и детей»: некомпетентность родителей, в том числе в умении обсуждать темы с повзрослевшими детьми; неготовность студентов делиться всей информацией с родителями; влияние иных агентов социализации и прочее.

2. В процессе виртуальной самопрезентации нашли подтверждение две основные стратегии: избирательность публикаций и управление заметностью контента. Студенты, ориентированные на мнение родителей, более склонны что-то не публиковать и скрывать часть информации, используя настройки конфиденциальности. Существует и третья группа студентов (от 12 до 25 %), которые, перестраховываясь, воспроизводят практики описанной

выше группы, даже, если для них авторитет родителей в вопросах социальных сетей остался в далеком прошлом. На наш взгляд, именно в этой группе еще не сложились конвенциональные отношения и система взаимных правил между родителями и детьми, поэтому студенты могут, как из уважения, так и из страха или эскапизма управлять впечатлением своих родителей онлайн.

3. Отсутствие межпоколенческой коммуникации в вопросах социальных сетей ожидаемо демонстрирует и отсутствие разногласий. Конечно, это не свидетельствует об отсутствии проблем у старших, у младших, так и между ними. Более того, тот факт, что вне зависимости от оценки значимости мнения родителей у равных долей студентов все же имели место семейные споры, говорит о проблемах в содержательной стороне общения и о том, как сложно найти взаимопонимание в период активного взросления. Среди конфликтных тем доминируют телесный и политический дискурсы, а также дискурс нормальности – споры относительно того, что в целом является допустимым для публикации в публичном пространстве.

Благодарности. Исследование выполнено в рамках реализации проекта «Приоритет-2030»: «Социологический анализ системы ценностей и геополитической картины мира жителей Калининградской области в условиях международной напряженности».

Литература

1. *Исакова И.А., Янак А.Л.* Информатизация и гаджетизация современного общества и детства // Цифровой ученый: лаборатория философа. – 2019. – Т. 2. – № 1. – С. 131–145.
2. *Глухов А.П.* Менеджмент и ресоциализация межличностных отношений молодежи в социальных сетях // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2020. – Т. 23. – № 1. – С. 89–124
3. *Солодников В. В., Зайцева А.С.* Использование социальных сетей и социализация российских подростков // Социологическая наука и социальная практика. – 2021. – Т. 9. – № 1. – С. 23–42.
4. *Yang Ch.Ch., Holden S.M., Carter M.D.K.* Emerging adults' social media self presentation and identity development at college transition: mindfulness as a moderator // Journal of Applied Developmental Psychology. – 2017. – Volume 52. – P. 212–221.
5. *Щекотуров А.В.* Приватные аффордансы и воображаемая аудитория как факторы виртуальной самопрезентации студентов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2022. – № 5. – С. 299–321.

FEATURES OF DIGITAL TRANSFORMATION IN THE SOCIAL SPHERE: EXPERIENCE, RISKS, DEVELOPMENT SCENARIOS

**Savelyeva Anastasia Igorevna,
Gazizova Alfiya Ildusovna**

Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Russia

Abstract. The article discusses the features of digital transformation in the social sphere based on the analysis of experience and potential risks. Scenarios for the digital transformation development in the social sphere are presented, including possible problems and ways to solve them. Particular attention is paid to the issues of security and protection of personal data in the context of digitalization of the social sphere. The article uses data and research made by international and domestic researchers, as well as cases of implementing digital projects in the social sphere of various countries.

Key words: digital transformation, social sphere, risks, security, personal data, development scenarios, experience.

The world is inevitably entering the digital era, which makes its own adjustments not only to production, but also changes the way people live, actively taking root in their lives. The transformation began before the COVID-19 pandemic and accelerated during the pandemic, expanding opportunities for digitalization. Contact restrictions in response to the pandemic have accelerated the digitization of essential government services. In addition, this is facilitated by the presence of such social norms and values of young people as security, stability, openness to change, the priority of self-reliance and independence [8].

Digital transformation is an inevitable process in today's world, a process that can improve the efficiency and quality of service delivery, but can also create privacy, security and equity risks. Digital transformation has become one of the main trends in the modern world and has significantly changed all spheres of life, including the social sphere. Social sphere is an area associated with improving the quality of people's lives.

Digital transformation in the social sphere can help to improve the quality of life for society as a whole, but it can also present risks that need to be considered. Currently, there are a few researches devoted to the study of the digitalization of social aspects, such as «The impact of digital technologies on social services» (N.V. Studenikin, A.Kh. Malikova, N.A. Simchenko, I.A. Troyan, M.V. Goryachikh, S.E. Gasumova, E.S. Andryushchenko); «Risks, benefits, challenges and threats of digitalization» (V.G. Khalin, G.V. Chernova, K.L. Garaeva); «Digitalization as a prospect for the development of a social service system» (L.D. Kozyreva, O.V. Shkurupey); «Conditions for the effectiveness of the digitalization of social services» (M.G. Dzhanelidze); «Social discrimination, digital exclusion» (M.A. Avdiev); «Assessment of the quality of digital services» (M.Z. Shogenov, T.B. Guppoev); «Problems and prospects of digitalization of services in the social sphere» (N.V. Romanova); «Security of digital transformation in the field of social security» (D.Yu. Pichushkina); «Digital transformation in higher education» (A. Gazizova, M. Siraeva, N.V. Samarina, V.M. Panfilova).

This article presents the experience and risks of digital transformation in the social sphere on the example of the Republic of Tatarstan, as well as development scenarios.

One of the features of digital transformation in the social sphere is that it improves the availability of services for citizens. For example, digital platforms help people receive remote medical care, avoid the need to come to government offices to receive documents, receive social protection measures (support), find out in advance what social support is available to them due to various life situations: pregnancy and childbirth, having many children, reaching retirement age, disability, etc.

Another feature of digital transformation in the social sphere is the easing of authorities' control over social processes. For example, digital technologies can help governments collect and analyze data on the problems the inhabitants of a particular region are facing and provide the necessary services accordingly.

The third feature of digital transformation in the social sphere is the improvement in the efficiency and transparency of interaction between citizens and the state. For example, digital technologies allow citizens to receive information about government actions and their consequences for society more quickly and conveniently.

In Russian Federation, there is a need to adapt the social security sector to the new digital realities, taking into account the possibilities of new digital technologies, the best global and domestic public administration practices and the growing expectations and requirements of citizens to receive state and municipal services, including:

- remotely, through a single portal, without the need to visit organizations;
- automatically without the participation of state bodies' officials;
- proactively and comprehensively, based on emerging life situations;
- omnichannel and extraterritorial; – personified (taking into account their actual needs) [4].

In September 2020, the Pension Fund of Russia defined the concept of «proactive service provision» as a legal condition that allows the provision of a service to begin before the applicant actually applies [2]. In 2019, Federal Law No. 178-FZ of July 17, 1999 «On State Social Assistance» (as amended on June 11, 2021) was supplemented by Article 5.2, which expanded the ways

of informing the population: from December 1, 2020, you can learn about social benefits in your personal account on the portal «Gosuslugi»; from July 1, 2021 using a dedicated phone number (free of charge) - 8-800-6-000-000; From January 1, 2022, information can be obtained upon a personal visit to state or municipal authorities, as well as the MFC [3].

In 2019, in accordance with the decree of the President of the Russian Federation, the Unified State Social Security Information System (EGISSO) was created. EGISSO was developed by specialists in the field of information technology and social security and successfully launched in 2020. The creation of the system made it possible to implement online registration or update the data on citizens; to organize the issuance of documents necessary for receiving social benefits; to track information about requests for social assistance and payments; to monitor changes in the qualification category of citizens used in determining the amount of social benefits. The EGISSO also includes mechanisms to prevent possible violations of the social protection of citizens.

So, the creation of the EGISSO is an important step in the development of the social security system and improving the quality of citizens' lives in Russian Federation. The system makes it possible to speed up and simplify the processes associated with the execution of documents and providing social services, and also provides control over the use of social payments.

The history of the development of information systems in the field of social protection of the population of the Republic of Tatarstan dates back to 1998. At that time, the region faced problems that became prerequisites for the creation of a state information system, such as:

- lack of a unified register of providers and recipients of services and measures of social support (database fragmentation).
- duplication and inconsistency of data.
- weak interdepartmental information interaction.
- the need for transparency in the process of accrual, financing and payment of subsidies, benefits and compensations.
- a large volume of documents provided by citizens for receiving/assigning services and measures of social support.
- costs for the administration of individual systems and their computing infrastructures.

To eliminate these problems, it was decided to create one state information system, the basis of which was the modernization of existing information systems in the field of social protection and their transfer to a single information platform.

The purpose of the system is to collect, store, process and accumulate information about the citizens of the Republic of Tatarstan in a single information space in the field of social protection of the population and social services for citizens in the Republic of Tatarstan; to ensure analysis and planning of activities in the field of social protection and social services for citizens of the Republic of Tatarstan; to provide information interaction of related systems and departments in the Republic of Tatarstan, optimization of the activities of the Ministry of Labor, Employment and Social Protection of the Republic of Tatarstan, as well as the provision of services in the field of social protection.

The created system has optimized the activities of executive authorities in the field of labor, quality and standard of living and income, wages, social protection, social services and social security. It also subordinates institutions that provide targeted measures of social support to the population, the provision of services in the field of social services, accounting and monitoring families and minors in a socially dangerous situation, as well as the provision of social services in the field of social protection, including in electronic form.

The system allows to maintain a unified record of citizens receiving social support measures, to process events of discrepancy between the citizen's installation data according to the register information and information from the operational subsystem or according to data from registers of citizens of related systems.

To date, the number of recipients of social support in the Republic of Tatarstan is more than 1.7 million people.

The system allows to calculate benefits, subsidies, allowances and compensations for certain categories of citizens, create registers of accruals and transfers, applications for financing, block payments, to receive information about non-payments from delivery operators (Post, Banks); to maintain a unified register of recipients and providers of social services, form a queue for receiving services, to draw up individual social service programs; to compile analytical summaries, various diagrams based on the data bank of operational subsystems; complex mechanisms for full automation of service delivery processes have been introduced in the system, allowing: to accept and process applications in electronic form through the Portal of state and municipal services of the Republic of Tatarstan (24/7 mode); to receive the necessary information through interdepartmental requests.

This led to optimization of general business expenses by increasing the share of citizens using the mechanism for receiving services in electronic form up to 86 % and reducing the number of personal applications of citizens to the social protection authorities of the Republic of Tatarstan.

The system simplified procedures for obtaining services from public authorities and local self-government, reduced resource costs and shortened the timing of the implementation of certain procedures and activities.

The quality and efficiency of public services provided by the authorities to the population and organizations have been improved. The system ensures the formation of a social register of the population of the Republic of Tatarstan; integration with existing electronic resources of the Republic of Tatarstan; prompt submission of analytical, statistical and personal information about citizens receiving social support measures and social services; the possibility of fulfilling the norms of legislation in the field of social protection of the population of the Republic of Tatarstan; minimizing the amount of information provided on paper; transferring and updating data in the «online» mode.

In 2021, a new platform for providing social support measures to the population was launched in the Republic of Tatarstan, which allowed citizens, using an intuitive chat bot, to receive information about available social protection measures (support) and applies for them online.

The created platform made it possible to conduct high-quality time-bound information on services in terms of providing social support measures; made available to citizens the 9 most popular measures of social support; allowed the automatic filling of applications for the provision of services from citizens.

In addition, a survey of citizens on the necessary directions for the further development of a personal assistant for social support of a resident was conducted on the Unified Portal of Public Services (functions). During the survey, the needs for a full list of public services in the field of social support were identified: a knowledge base that makes it easy to determine which department to contact if the need arises; the need for a user friendly interface; availability of the Tatar language and an accessibility card for the disabled; the need for a list of organizations providing leisure, sports, etc. for the disabled, pensioners and veterans on preferential terms.

The service development concept includes the implementation of a full list of social support measures and services, a navigator of social support measures (selection of support measures based on the parameters of the resident), the implementation of tools for solving social problems that are not related to the state function, including the creation of a virtual accessibility map infrastructure facilities for people with limited mobility with the function of speech and signal indication, which makes it possible to provide orientation to the visually impaired on the ground, the implementation of the voice screen access function for visually impaired residents, voice typing, a version for the visually impaired.

Thus, we can say that at the moment in the Republic of Tatarstan, in terms of the digital transformation of the sphere of social services for the population, work is actively underway, several large systems have been implemented that allow citizens to quickly and transparently receive services and measures of social protection (support). And also, the created systems allowed to reduce production costs and ensured the possibility of correct transmission of information within the Republic of Tatarstan and other subjects of the Russian Federation.

The risks that accompany digital transformation in various fields are well known. In the social sphere, these risks may be associated with violations of the rights of citizens, lack of competencies

and knowledge necessary for the implementation of digital transformation projects, the need for additional financial resources, the unwillingness of citizens to use digital services, especially in the field of social protection, because measures of social protection (support) are provided to unprotected segments of the population.

Job loss. The introduction of digital technologies can lead to the replacement of workplaces with automated systems. This can increase unemployment and negatively affect economic stability.

Digital illiteracy. One of the main risks of digital transformation is the low level of digital literacy of the population. This can hinder the full use of digital opportunities and lead to social and informational exclusion.

Differences in access to services. The introduction of digital technologies can increase the accessibility of certain services, but at the same time create problems for those who do not have access to digital technologies. This can lead to a deterioration in living conditions for certain categories of people.

Risk of adverse health effects. Digital technologies can lead to an increase in the time spent using electronic devices, which can negatively affect health, especially for children and adolescents.

Risk of loss of human contact. Digital technologies can lead to reduced human contact and social exclusion, especially if digital services that replace real communication are introduced.

Risk of inequality. Digital transformation may widen the gaps between the poor and the rich, as access to services may become paid, and their quality may depend on the level of income. Digital transformation can bring changes to social relationships. For example, not all citizens have access to technologies, which can create a gap between «digital» and «non-tech» groups in society. It is also possible to use digital technologies to discriminate, for example, in employment or educational institutions.

Risk of errors in the system. Automation and the introduction of digital technologies can lead to errors in the operation of the system, which can negatively affect the quality of services and cause problems for users.

A closer look at the risk of violating the rights of citizens shows that it is possible to collect information about residents due to the difficulties of ensuring information security for sensitive personal data. They can be processed and used to send unsolicited advertising, open irretrievable access to confidential information. Moreover, they can also lead to computer systems' errors when making important decisions.

Given all the risks above, it is necessary to clearly identify the advantages and disadvantages of introducing digital technologies in the field of social protection of the population and take measures to minimize the negative consequences.

Based on the foregoing, several scenarios for the development of digital transformation in the social sphere can be formulated.

The first scenario is connected with optimistic development, when digital transformation will bring maximum benefit to both the government and citizens. In this case, governments will take the social context the digital technologies development into account, reduce risks and ensure transparency. Citizens will actively use these technologies in their needs and requests.

The second scenario is related to pessimistic development, when digital transformation will lead to threats to the freedom and identity of citizens. In this case, errors in the collection of information, violations of confidentiality, as well as the destruction of the traditional social structure are possible.

The third scenario is a compromise scenario, when governments and citizens will take into account the opportunities and risks of digital transformation and find the optimal balance between them.

The third scenario is a compromise one, when governments and citizens will take the opportunities and risks of digital transformation into account and find the optimal balance between them.

In this article, we examined the features of digital transformation in the social sphere. It was revealed that digital technologies have become an integral part of everyday life and have a strong impact on social processes. However, while there are many opportunities, digital transformation

also presents some risks, such as cybersecurity threats and increasing inequalities in access to information resources.

The article describes various development scenarios in the social sphere using digital technologies and reveals that digital transformation in the social sphere is a necessary stage in society development that can improve people's lives, but can also pose a threat. The government and citizens must take the opportunities and risks of digital transformation into account and find the optimal balance between them, striving for a compromise scenario.

Digital transformation in the social sphere has a great potential to improve the availability and quality of social services, as well as to improve the efficiency of public administration and social protection. However, in order for this potential to be fully realized, it is necessary to solve the problems of access to digital technologies and take the human factor in automatic systems into account.

Literature

1. Закон Республики Татарстан от 8 декабря 2004 г. № 63-ЗРТ «Об адресной социальной поддержке населения в Республике Татарстан».
2. Новый принцип предоставления госуслуг ПФР – электронный вид и проактивность // Новости Пенсионного фонда России. 2020. – URL: <https://sfr.gov.ru/branches/krim/news/~2020/09/28/213323> (дата обращения: 19.05.2023).
3. Федеральный закон «О государственной социальной помощи» от 17.07.1999 г. № 178-ФЗ.
4. Распоряжение Правительства Москвы от 11.10.2010 г. № 2215-ПП «О Концепции обеспечения жителей города Москвы телекоммуникационными услугами для получения социально значимой информации путем создания условий равного доступа к кабельному телевидению и Интернет-ресурсам». – URL: <https://www.mos.ru/authority/documents/doc/28884220/> (дата обращения: 19.05.2023).
5. Постановление Кабинета Министров Республики Татарстан от 17 декабря 2004 г. № 542 «Об утверждении Положения о порядке предоставления ежемесячной денежной выплаты, ежемесячного пособия на ребенка, субсидий отдельным категориям населения в Республике Татарстан».
6. Постановление Кабинета Министров Республики Татарстан от 24 марта 2006 г. № 126 «О предоставлении субсидий-льгот на оплату жилья и коммунальных услуг отдельным категориям граждан в Республике Татарстан».
7. Постановление Кабинета Министров Республики Татарстан от 24 апреля 2009 г. № 271 «О Перечне государственных услуг, оказываемых государственными учреждениями, иными юридическими лицами и финансируемых за счет средств бюджета Республики Татарстан».
8. *Maximova A.O., Eflova I.M., Ermolaev P.O.* Digital transformation as the factor of the generation dynamics in the information society // *Quid: Investigación, Ciencia y Tecnología*. – 2017. – Volume 28. – P. 1624.
9. *Yasnitsky M.S., Seriy A.V., Braun O.A.* The system of value orientations of "Generation Z": social, cultural and demographic determinants // *Siberian Psychological Journal*. – 2019. – № 72. – P. 46–67.
10. Digital transformation in social sector: risks and opportunities. (2021). – URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/in/Documents/public-sector/in-ps-digital-transformation-in-social-sector-risks-and-opportunities-noexp-230317.pdf> (дата обращения: 19.05.2023).
11. Digital transformation in social care: risks, analytics, and the future. (2020). – URL: <https://www.genpact.com/insight/article/digital-transformation-in-social-care-risks-analytics-and-the-future> (дата обращения: 19.05.2023).
12. OECD (2018). – URL: <https://doi.org/10.1787/9789264307583-en> (дата обращения: 19.05.2023).

СЕКЦИЯ «СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА И КУЛЬТУРА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ»

ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕКАРИАТА В РАМКАХ ПРОЦЕССОВ В КОНЦЕ XX – НАЧАЛЕ XXI СТОЛЕТИЙ

Баранов Николай Вадимович

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия

Аннотация. В рамках статьи производится мета-анализ работ социологов к.ХХ–н.ХХІ столетий, в рамках которых изучались социальные процессы, способствующие формированию прекариата. Сегодня под прекариатом может пониматься социально-экономическая группа, у представителей которой наблюдается отсутствие прав и привилегий на рынке труда со стороны государства и работодателей. Социологи, представленные в данной статье, несмотря на принадлежность к разным теоретическим подходам, рассматривают разные стороны и аспекты, которые характеризуют прекариат как результат социальных процессов к.ХХ-н.ХХІ столетий. Триангуляция теоретических подходов, рассмотрение позиций социологов, не относящихся к одному теоретическому подходу или направлению, способствует формированию общей концепции о новой социальной группе в современной социологической теории.

Ключевые слова: прекариат, легитимация, негарантированность, рестратификация.

Для рассмотрения генезиса такой социальной группы, как прекариат необходимо проследить развитие социологической науки в период с 70х–80х гг.ХХ столетия. В этот период в обществе наступил новый этап социально-экономического развития, который затронул социально-классовую структуру [6, с. 39]. В конце ХХ столетия в социологической теории стали появляться труды, изучавшие разные стороны и аспекты изменений, отражавшихся на облике модерна уходящего века. Среди представителей современной социологии, внесших большой вклад в концептуализацию картины позднего капитализма, необходимо выделить немецкого социолога Ю. Хабермаса, представителя конструктивистского структурализма П. Бурдьё, а также постмодерниста З. Баумана. Несмотря на принадлежность к разным подходам и теоретическим дискурсам современной социологии, труды данных ученых позволят нам составить общую картину модерна, которая способствовала развитию прекариата – новой социальной группы.

Ю. Хабермас в своем фундаментальном труде «Проблема легитимации позднего капитализма» постулирует тот факт, что в рамках новой формы капитализма происходят изменения в экономической, административной и социально-классовой структурах общества.

В рамках экономической структуры изменения протекают в монополистическом, конкурентных и общественных секторах. Немецкий социолог сравнивает первые два сектора и делает вывод о том, что в первом секторе работодателям «противостоят сильные профсоюзы», защищающие права и привилегии работников [7, с. 59]. В секторе конкурентных отношений, где работодатели стремятся к снижению издержек и накоплению капитала, «рабочие организованы гораздо хуже», что отражается на уровне заработной платы.

В результате ученый делает акцент на исторически новаторской роли квазиполитических структур, которые будут отстаивать права и привилегии работников в секторе конкурентных отношений. В качестве примера Ю. Хабермас приводит зависимость уровня заработной платы от «переговоров между профсоюзными и предпринимательскими организациями» [7, с. 65].

Ученый также сравнивает три сектора экономики по скорости производства. В рамках монополистического сектора происходит «относительно быстрый прогресс в производстве», в секторе конкурентных отношении организации не могут себе позволить аналогичный про-

гресс, на основании «рационализации производства» — это приведёт к увеличению издержек и ослаблению позиции в секторе [7, с. 59]. В рамках общественного сектора подобного рода нет необходимости в рационализации производительного процесса [7, с. 59].

В рамках административной системы. По мнению Ю. Хабермаса, также происходят изменения. Госаппарат, до этого исполнявший «многочисленные императивы экономической системы», начинает создавать новые экономические условия [6, с. 60]. В рамках новых административных условий позднего капитализма индивиды получают роль «пассивных граждан с правом отказа в аккламации (упрощенном порядке принятия или отклонения какого-либо решения – *примечание Н.Б.*)» [7, с. 63].

Социально-классовая структура, по мнению Ю. Хабермаса, претерпевает серьёзные изменения. «В то время как в традиционном обществе политическая форма производственных отношений делала несложной идентификацию правящих групп, при либеральном капитализме явно выраженное господство было заменено политически анонимной властью субъектов частного права» [7, с. 64.]. Подобного рода концентрация власти у субъектов частного права свидетельствует о несовместимости традиционных типологий классов реальностям позднего капитализма.

Таким образом, мы наблюдаем своего рода точку бифуркации, когда в классовой структуре позднего капитализма начали формироваться новые социальные группы, а социологические теории не могли объяснить их место и роль в условиях позднего капитализма.

Ю. Хабермас выделяет четыре возможные кризисные тенденции, которые способствовали возникновению социально-экономической трансформации: экономический кризис, кризис рациональности, разрушение административной рациональности, мотивационный кризис. Данные тенденции стали причиной актуализации прекариата, что является ответной реакцией на изменения в рамках позднего капитализма.

Экономический кризис, причина возникновения которого заключается в дисфункции госаппарата как естественно возникшего органа «исполнения закона стоимости» и как агента планирования объединенного «монополистического капитала» [7, с. 85]. На основании кризиса государство перестает быть агентом планирования в рамках позднего капитализма, каким он было еще в начале XX столетия.

Кризис рациональности представляет собой противостояние капиталистических интересов, которое способствует разрушению административной рациональности и производству необходимых для ее структур. Данное разрушение способствует вмешательству в культурную традицию общества и изменению границы систем.

Последняя кризисная тенденция, касающаяся напрямую представителей прекариата, — это мотивационный кризис. Его суть заключается в размытии традиций, а также возникновении новых потребностей и систем ценностей, вызывающих перегрузку индивида. Для того, чтобы адаптироваться под реалии позднего капитализма, индивиду необходимо совершить уход от традиционных и формальных моделей поведения и начать выстраивать новую, изменчивую стратегию для достижения своих целей.

Таким, образом, можно сделать вывод о том, что в рамках социально-классового аспекта легитимации позднего капитализма, обозначенной Ю. Хабермасом, появляются новые социальные группы, одной из которых является прекариат. Для их изучения требуются как формирование новых социологических теорий, так и новой концептуальной и категориальной базы.

Вклад Ю. Хабермаса в анализ социально-экономического аспекта новой формы капитализма конца XX столетия стал основным для формирования новой теории общества, в рамках которой современные социологи выстраивают свои теоретические концепции. Например, британский социолог Г. Стэндинг, актуализирующий роль прекариата в начале XXI столетия, писал, что столпами-мыслителями «нового и опасного класса» стали такие мыслители как М. Фуко, Ю. Хабермас и ряд других представителей социологической науки конца XX — начала XXI столетий [8, с. 12].

Французский социолог П. Бурдьё является социологом, который в своей статье «Негарантированность повсюду» предложил понятие прекариата для обозначения представителей нестабильного, незащищённого слоя.

Ученый обозначает два сектора, в рамках которых негарантированность находит свое проявление: общественный и частный. В частном секторе данный феномен проявляется в отсутствии возможности рационального формирования будущего и формирования «минимума надежды и веры в будущее, который необходим для коллективных действий против невыносимого настоящего» [4]. В результате, в частном секторе феномен ненадёжности не позволяет индивидам выстраивать стабильную индивидуальную траекторию развития, которая обеспечит его социальными, экономическими и правовыми гарантиями. На наш взгляд, отсутствию возможности рационального формирования будущего у отдельных индивидов также обозначается Ю. Хабермасом как тенденция кризиса рациональности и кризиса мотивации. Таким образом, работы немецкого и французского социологов рассматривают разные стороны и аспекты одного и того же социального явления – развитие индивидуальной траектории отдельной личности в новой нестабильной среде.

В своей статье французский социолог уделяет большее внимание общественному сектору ненадежности, выделяя две его характерные черты: ограничение трудовых контрактов и усиление конкуренции в рамках гибкой формы предпринимательства.

Первый аспект общественного сектора негарантированности проявляется в рамках ограничения срока трудовых контрактов и количества рабочих мест на рынке труда, переходе на неполное время занятости. В качестве примера П. Бурдьё приводит безработных, влияние ненадежности на которых оказало наиболее пагубное воздействие. «У безработных: деструктурированные жизни, лишенной, в частности, своих временных структур и проистекающий отсюда упадок любых связей с миром, с пространством и со временем» – писал этот ученый [4].

Другой аспект проявления негарантированности в общественном секторе – это усиление конкуренции за рабочие места, которое проявляется из-за «гибкой» формы предпринимательства, ведущей к снижению издержек посредством сокращения рабочих мест и увольнения сотрудников.

Таким образом, французский социолог сформулировал понятие «негарантированности», которое стало отправной точкой для категоризации понятия «прекариат» и «прекариатизации». «Негарантированность – это часть новой формы господства, которая опирается на утверждение негарантированности как всеобщего длительного состояния и преследует цель побудить наемных работников покориться и согласиться со своей эксплуатацией и отчуждением» [4]. В последствии, феномен негарантированности проявлялся и в других трудах социолога, которые расширили представление о данном феномене [5, с. 74].

На наш взгляд, П. Бурдьё конкретизировал дисфункциональное последствие рационального кризиса, обозначенного Ю. Хабермасом, выделив процесс негарантированности как ответную реакцию на изменения в социально-классовой структуре. Таким образом, ученый задал вектор теоретического анализа развития прекариата в западной социологии, на который также обратил внимание Г. Стэндинг [8, с. 12].

Другим социологом, обозначившего изменения социальной системы конца XX столетия является З. Бауман. В своей работе «Глобализация. Последствия для человека и общества» постмодернист говорит о том, что «мы стали свидетелями процесса рестратификации в мировом масштабе, в ходе которого формируется новая социокультурная иерархия, всемирная общественная лестница» [2, с. 101]. Это говорит нам о том, что стабильные рамки «жесткого» капитализма, существовавшие до 60–70х гг. XX века, были разрушены, а новые аналогичные капиталистические структуры не способны сформироваться. В результате формируется «текущая» современность, в рамках которой традиционные социально-классовые структуры теряют свою актуальность и значимость. Вместо этого на арену данной структуры выходят новые акторы, не списывающиеся ни в одну типологию классов, разработанных социологами в конце XIX – начале XX столетий. И одной из подобного рода групп является прекариат.

Имя З. Баумана тесно связано с понятием «прекариата». В своём последнем труде, «Ретротопия», польско-английский социолог постулирует тот факт, что индивид XXI столетия сталкивается с «реструктурированием пространства социальных отношений», сдвигами духовной жизни, последствиями научно-технической революции и, как следствие, появлением кардинально новых социальных феноменов в числе которых «прекариат, сетевые социальные общности» [1, с. 165]. В первой главе ученый приходит к выводу о том, что представители современного общества живут в постоянной конфронтации. «Люди стараются держать порох сухим, а ружья – смазанными, всегда под рукой и готовыми к примирению» – писал этот ученый [3, с. 52]. На наш взгляд, данное высказывание показывает факт недоверия представителей прекариата ни своим коллегам на работе, ни социальным институтам, гарантирующим им стабильность. Это не позволяет им интегрироваться в организационную среду и культуру, в результате чего представителям нового социального класса остается рассчитывать только на себя.

Также этот социолог, ссылаясь на исследование Г. Плей «Мечты о Кокейне: Средневековые фантазии об идеальной жизни», рассматривает мечту «прекариата текучей современности» через три невыполнимые для него задачи:

- достижение устойчивой самоидентичности;
- устранение ущерба от «свободного выбора», чтобы дальше выбирать «свободно»;
- конструировать смысл жизни, «решая две первые задачи» [3, с. 139].

Для выхода из сложившейся ситуации для представителей нового и опасного класса З. Бауман предлагает введение базового безусловного дохода (ББД) – «систему распределения материальных благ и финансовых ресурсов, которая основана на выплате определенного денежного минимума всем членам общества», которая не зависит от факта наличия или отсутствия работы у индивида [1, с. 168]. Данная мера будет способствовать снижению ненадежности у неадаптированных работников и волнующихся выступлений представителей новой социальной группы.

Влияние творчества З. Баумана остается актуальным и для отечественной социологии. Сегодня происходит активное переосмысление социологического наследия постмодерниста отечественными социологами, представителями которых можно назвать С.А. Батуренко и Н.Л. Полякову.

Социолог Московского университета, С.А. Батуренко, пишет в своей статье о том, что «Бауман анализирует трансформации социального мира, социальную структуру и положение в ней конкретного индивида, специфику мироощущения и самоидентификации человека нового общества», делая акцент на трансформации идентичности представителя «текучей» современности [2, с. 12]. Вместо осознания своего «Я» индивид постоянно находится в его поиске, собирая свою индивидуализацию из совокупности социальных статусов и ролей, которые не могут быть собраны воедино. Данный тезис был слабо разработан Г. Стэндингом, который не уделял большого внимания постмодернистским теориям.

Профессор Н.Л. Полякова в своей статье «Новое социальное неравенство. От общества среднего класса к биполярному обществу» видит причину появления прекариата на арене социально-классовой структуры современного общества в неолиберальных идеях, которые сформировались в экономике конца XX века. Ее основным тезисом является зависимость экономического роста «от рыночной конкурентоспособности, гибкости и подвижности рынка труда». Сегодня, по мнению ученого, «принципы (неолиберальной политики – *примечание Н.Б.*) проникли во все аспекты жизни», в результате чего вся совокупность рисков перекладывается «на плечи работающих и их семей» [9, с. 20].

Факт перекладывания рисков на отдельных индивидов лишает его ряда гарантий со стороны государства и работодателя, сделав его «еще более уязвимыми, что объективно усугубляет неравенство» [9, с. 20].

На основании данной характеристики мы можем выделить следующие черты неолиберальной политики:

- снижение роли государства;

- снижение издержек со стороны работодателя;
- отсутствие доверия социальным институтам со стороны индивида;
- отсутствие цели в жизни отдельного индивида.

Н.Л. Полякова проводит анализ прекариата как отдельной социальной группы, выделяя ее характерные черты, – «это недовольство, аномия, тревога и отчуждение» [9, с. 22]. Состав данной социальной группы, по мнению ученого, постоянно пополняется представителями разных социальных групп «за счет людей с временной занятостью, мигрантов, молодых стажеров и т. д.» [9, с. 22]. Столь резкая актуализация прекариата в конце XX – начале XXI столетия обусловлена социальным процессом прекариатизации, который характеризует «трудовую сферу современного капитализма», и является «механизмом, формирующим современное радикализированное неравенство».

Положение индивида в рамках процесса прекариатизации должно рассматриваться через призму неолиберального общества, в рамках которого отсутствует преэминентность, обеспечивающая стабильность и гарантии. Индивид вправе самостоятельно выстраивать свою индивидуальную траекторию развития в новом социально-экономическом порядке, но при этом он несёт полную единоличную ответственность за любое свое решение и инцидент.

Выстраивание траектории в трудовой сфере влечет за собой постоянные риски, негарантированность, отсутствие прав и привилегий, а также «континентность существования современного индивида» [8, с. 468]. В результате, любая ошибка индивида на рынке труда приведет к его увольнению.

На наш взгляд, данная формулировка, с одной стороны, имеет сходство с феноменом ненадежности П. Бурдьё. С другой стороны, она дает характеристику индивида, являющегося продуктом социально-экономической трансформации, начавшейся в рамках позднего капитализма.

Риск, негарантированность, континентность существования современного индивида, специфические процессы, протекающие в трудовой сфере, новое социальное расслоение и социально-экономическая поляризация стали ведущими темами в исследованиях современного общества

Феномен ненадежности – результат кризисных тенденций, развивающихся в рамках позднего капитализма, в рамках которого индивиды не обладают совокупностью правовых, трудовых гарантий, позволяющих интеграции социальной системы.

Так, мы можем сделать вывод о том, что социологи, принадлежащие к разным социологическим подходам и школам, смогли сформировать разные стороны и аспекты социально-экономической трансформации, которая началась в конце XX столетия и, на наш взгляд, продолжается до сих пор.

– Ю. Хабермас выделил четыре кризисные тенденции, начавшиеся в рамках позднего капитализма, и поставил проблему его дальнейшей легитимации.

– П. Бурдьё выделил феномен ненадёжности, который связан с вышеобозначенными кризисными тенденциями, и дал толчок к дальнейшей категоризации понятия «прекариат».

– З. Бауман выделил рестратификацию общества, из-за чего в социально-классовой структуре появляются новые социальные группы, в том числе и прекариат.

– С.А. Батуренко и Н.Л. Полякова обобщили наработки западных социологов конца XX – начала XXI столетий, выделив характерные черты индивида как продукта и «заложника» социально-экономической трансформации в рамках неолиберальной политики.

На основании работ западных социологов, принадлежащих к разным направлениям и подходам, мы можем обозначить тот факт, что прекариат является продуктом общества конца XX – начала XXI столетия. С одной стороны, новая социальная группа представляет собой негативное последствие феномена ненадежности и, с другой стороны, результат кризисных тенденций в социальной-классовой структуре общества позднего капитализма.

Литература

1. Андреев А.Л., Гешева Е.Г. Четыре шага назад: возвращение... в будущее? (о книге З. Баумана «Ретротопия») // Социологические исследования. – 2020. – № 5. – С. 164–171.
2. Батуренко С.А. Зигмунт Бауман: Рестратификация общества в условиях глобализации и социальная идентичность // Социология. – 2021. – № 5. – С. 11–18.
3. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества. – М.: Весь мир, 2004. – 188 с.
4. Бауман З. Ретротопия/Зигмунт Бауман / пер. с англ. В.Л. Силаевой; под науч. ред. О.А. Оберемко. – М.: ВЦИОМ, 2019. – 157 с.
5. Бурдые П. «Негарантированность повсюду». – URL: http://www.redflora.org/2013/07/blog-post_23.html (дата обращения: 09.11.2022).
6. Бурдые П. Homo academicus / пер. с фр. С.М. Гавриленко, О.М. Журавлева, Д.Ж. Кондова, Е.В. Кочетыговой, О.О. Николаевой, Н.В.Савельевой; под науч. ред. Е.В. Кочетыговой и Н.В.Савельевой. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2018. – 462 с.
7. Добренков В.И., Полякова Н.Л. Методология анализа историко-социологического процесса. Критерии его периодизации // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2011. – № 1. – С. 27–43.
8. Кимелев Ю.А., Полякова Н.Л. Модерн и процесс индивидуализации: исторические судьбы индивида модерна. – М.: ИИЦ «Праксис», 2017. – 492 с.
9. Полякова Н.Л. Новое социальное неравенство. От общества среднего класса к биполярному обществу // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2020. – № 26 (4). – С. 7–34.
10. Хабермас Ю. Проблема легитимации позднего капитализма / пер. с нем. Л.В. Воропай. Общая редакция и вступительная статья О.В. Кильдюшов. Примечания, именной и предметный указатели Т.А. Дмитриев. – М.: Праксис, 2010. – 262 с.
11. Standing G. The Precariat – The New dangerous class. – London: Bloomsbury Academic, 2011. – 198 p.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Беляев Владимир Александрович

Казанский национальный исследовательский технический университет, Казань, Россия

Новоселова Екатерина Михайловна

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова, Казань, Россия

Аннотация. В статье выделено место медицинского туризма среди разнообразных видов туристской деятельности. Показаны неиспользованные возможности медицинского туризма в Республике Татарстан. Раскрыты наметившиеся горизонты диверсификации данного вида туризма в регионе. Татарстан входит в число 70 регионов, принимающих участие в федеральном проекте «Развитие экспорта медицинских услуг» национального проекта «Здравоохранение» в части привлечения иностранных медицинских туристов в Россию. Республика Татарстан имеет большую привлекательность для прохождения лечения ввиду невысокой стоимости при высоком качестве и разнообразии оказываемых услуг. Кроме того, ускоренное развитие инфраструктуры и логистики региона благоприятно сказывается на ее привлекательности для иностранных туристов.

Ключевые слова: медицина, туризм, инфраструктура, Республика Татарстан, услуги, логистика, виды медицинского туризма и их диверсификация, здравоохранение и профилактика.

Татарстан, динамично развивающаяся республика в современной России по различным экономическим направлениям, социальным сферам, а также разным направлениям туризма.

В качестве приоритетных видов туризма, развивающихся на территории Республики, можно выделить следующие:

- лечебно-оздоровительный – вид туризма, совершаемый с оздоровительными или лечебными целями. Данный вид ориентирован на использование природных лечебных ресурсов, физиотерапевтических факторов, а также современной и инновационной медицинской базы республики, применяемых с целью улучшения состояния здоровья;

- культурно-познавательный или экскурсионный туризм представляет собой путешествия и поездки с познавательными целями и позволяют познакомиться с историей, традициями, культурой и основными достопримечательностями как отдельной республики, так и страны в целом;

- событийный вид туризма – ориентирован на посещение местности в определенное время, связанный с каким-либо событием. Под событием понимают совокупность явлений, которые выделяются неоднозначностью, значимостью для данного общества или человечества в целом. Оно может иметь вид разового неповторимого явления или периодического, наблюдаемого ежегодно или в определенные периоды времени, к примеру, это ежегодный национальный праздник Сабантуй, Международный фестиваль классического балета имени Р. Нуриева, Международный оперный фестиваль имени Ф.И. Шаляпина, Казанский международный фестиваль мусульманского кино и многие другие культурные, национальные или спортивные мероприятия;

- бизнес-туризм – поездки (командировки) сотрудников компаний/организаций с деловыми целями, либо организация корпоративных мероприятий;

- круизный – туристическая поездка с использованием того или иного транспортного средства не только для перемещения, но и для временного проживания, питания и обслуживания;

- экологический – путешествие среди природы (иногда его называют природным туризмом, биотуризмом и др.).

- паломнический – разновидность религиозного туризма, ориентированный на посещение святых мест, храмов и монастырей [1].

В данной статье хотелось бы более подробно остановиться на таком виде туризма, как медицинский. Ввиду последних событий в мире Сергей Пасечник, владелец компании Companion SP, дал свой прогноз на дальнейшее развитие туризма – люди посмелее будут возвращаться на европейские направления, которые будут открыты. Может быть, наконец-то руководство поймет, что внутренний туризм себя вполне оправдывает, и проекты внутреннего туризма будут более активно развиваться и вкладываться деньги в инфраструктуру [2].

Сам медицинский туризм в РТ все больше *диверсифицируется* – он делится не только, как прежде, на въездной и выездной, но и по критериям нарастающей сложности «медицинских услуг» в республике, по видам и профилям лечения и профилактики. Целый ряд медицинских процедур и операций, многие из которых дефицитны для России, появился в рамках лечения пациентов в республике. Это касается как первичных операций, так и повторных, включая работу с инвалидами и временно недееспособными.

Это связано с тем, что за последние годы в системе здравоохранения Татарстана проведена масштабная модернизация. Она не ограничилась только федеральными программами, очень много средств вкладывала сама республика. Ведущие клиники Татарстана приобрели современный вид: они и внешне стали украшением города, и их интерьеры радуют пациентов, немало способствуя выздоровлению. Ещё важнее была модернизация технологическая, внедрение передовых методов диагностики и лечения. Сегодня медучреждения Татарстана оснащены на мировом уровне. В вопросе повышения квалификации кадров взята максимально высокая планка: ежегодно благодаря поддержке Раиса Республики Р.Н. Минниханова, большое количество врачей проходят стажировки в передовых клиниках по своим направлениям, что позволяет эффективно использовать имеющееся оборудование и внедрять новые организационные принципы. Пациентоориентированность остаётся главным приоритетом работы в медицине. Врачи и организаторы здравоохранения регулярно проходят тренинги

по основам конфликтологии, учатся правильно общаться, коммуницировать с пациентами, улыбаться, находить с ними общий язык, сопереживать. Всё это позволяет обеспечить достойное качество сервиса. В частности, продолжается работа по сертификации клиник на соответствие принятым международным стандартам. По стандарту ISO 9001, по состоянию на 2018 год, сертифицировано 12 медицинских организаций, 6 клиник имеют международный сертификат Европейского Фонда менеджмента качества (EFQM). Больница скорой медицинской помощи Набережных Челнов на сегодняшний день – единственная в России государственная клиника, прошедшая аккредитацию Объединённой международной комиссии (JCI). Это весомое подтверждение международного статуса республиканского здравоохранения и гарантия любым пациентам – как жителям Татарстана, так и приезжим – получения медицинских услуг высокого уровня качества и безопасности.

На сегодня в медицине Татарстана создана серьёзная материально-техническая база, имеется богатый человеческий потенциал. В республике есть высокотехнологичные медицинские центры, в которых работают лучшие врачи, которые стажировались в федеральных и зарубежных клиниках. Сейчас, наверно, самый подходящий момент, чтобы объединить всех участников процесса и создать экспортный продукт, чтобы люди приезжали в регион на исследования, оперативные вмешательства, косметологические операции, протезирование и т. д. Здесь нужно не изобретать велосипед, а следовать мировому опыту, найти свои целевые рынки и стараться привлечь клиентов. Есть примеры стран, где уже работают в этом направлении, создают серьёзные программы поддержки медицинских центров, как экономические, так и по продвижению. В лучших клиниках Казани имеются возможности для отправления религиозных нужд различных традиционных конфессий, что является весьма привлекательным преимуществом Татарстана как аккумулятора медицинского туризма не только из иных регионов России, но и из-за ее пределов. Безусловно, сфера медицинского туризма конкурентная, но, если планомерно работать над внедрением передовых технологий, иметь настойчивую позицию, создавать качественный продукт и точно попасть в целевую аудиторию, можно добиться успеха. Те же задачи решаются и в сфере классического туризма.

Медицинская услуга тесно связана с туристической, человек воспринимает территорию в целом, комплексно оценивая уровень сервиса в регионе. Выбирая между несколькими вариантами, он, конечно, будет ориентироваться на тот, где, помимо медицинской части, будет создана комфортная среда, есть чем заняться, помимо лечения. В свободное от диагностических и лечебных процедур время человеку хочется ознакомиться с достопримечательностями, вкусно поесть, да и просто интересно и познавательно провести время. Практика других стран показывает, что продвижение медицинского туризма – это совместная работа Министерств здравоохранения и туризма. Потенциал у этого рынка большой. Население планеты растёт, люди живут дольше, болеют больше, соответственно, им нужна медицинская помощь. Как показывают результаты исследований, медицинский туризм в большей степени востребован именно у когорт среднего и пожилого возраста [3]. В свою очередь прогресс не стоит на месте, появляются всё новые методы и технологии лечения. Это большое поле для развития, и Татарстан имеет все возможности, чтобы превратить медицинский туризм в новую статью несырьевого экспорта [4].

Помимо развитой медицинской инфраструктуры, Татарстан обладает рядом преимуществ в плане медицинского туризма. А именно – развитой транспортной инфраструктурой. В частности, функционирует прекрасный международный аэропорт им. Габдуллы Тукая с огромным количеством прямых рейсов во многие города и страны мира. Недавно открылись регулярные прямые рейсы в Анталию, увеличилось число вылетов в С-Петербург и Сочи. В наличии удобное железнодорожное сообщение. Есть два железнодорожных вокзала. Прекрасные дороги для тех, кто планирует поездку автотранспортом. Казань – город с развитой туристической инфраструктурой: есть гостиницы разных классов, множество точек питания на любой вкус и кошелёк. Ну и, конечно, огромное количество объектов культурного наследия, посещение которых позволит сделать поездку не только полезной, но и запоминающейся. Татарстан расположен на перекрёстке Востока и Запада, между Европой и Азией.

Здесь готовы принять гостей с самыми различными культурными и религиозными предпочтениями. Следовательно, у медицинского туризма в республике нарастающие перспективы и главное сейчас – воспользоваться преимуществами Татарстана как срединного региона с многообразными этническими, религиозными и логистическими возможностями.

Литература

1. Файловый архив студентов «Studfile.net». – URL: <https://studfile.net/preview/5265661/-page:5/> (дата обращения: 20.04.2023).
2. Новостной ресурс «Реальное время». – URL: <https://m.realnoevremya.ru/articles/269017-itogi-turizma-v-2022-godu-i-prognozu-na-sleduyuschiy-god/> (дата обращения: 20.04.2023).
3. Максимова О.А., Малышева Е.В. Возрастная дифференциация удовлетворенности потребителей в сфере туризма // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2015. – № 1 (37). – С. 139–147.
4. Официальный сайт Министерства здравоохранения РТ. – URL: https://minzdrav.tatarstan.ru/file/File/HN_33_Touristic.pdf/ (дата обращения: 22.04.2023).

ИСТОРИЧЕСКАЯ ПАМЯТЬ ЧЕЧЕНЦЕВ В КОНТЕКСТЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Жемчурова Седа Шахитовна

*Комплексный научно-исследовательский институт имени Х.И.Ибрагимова РАН,
Грозный, Россия*

Аннотация. В статье осуществлена попытка социологического анализа факторов конструирования и воспроизводства исторической памяти чеченцев. Историческая память рассматривается как один из ключевых маркеров этноконфессиональной идентичности чеченцев. На основе эмпирических социологических данных определена иерархия значимых событий истории этноса в восприятии ныне живущих чеченцев. Анализ данных позволяет сделать вывод о том, что геноцид чеченцев в 1944 году и сегодня остается ядром исторической памяти.

Ключевые слова: идентичность чеченцев, историческая память чеченцев, геноцид чеченцев в 1944 году.

Выдающийся ученый Э. Эрикссон, известный, в том числе, по исследованиям идентичности личности, оставил пространство для дальнейших научных изысканий в данной области. Сложно не согласиться с тем, что изучение и анализ феномена идентичности приводят к пониманию ее неоднозначности, многогранности, а в некоторых случаях многоликости. «Перечитывая написанное мною об идентичности, ... я не даю окончательного определения данного понятия. Чем больше пишешь на эту тему, тем более широким и всеобъемлющим кажется содержание этого термина» [1, с. 340].

Идентичность, как известно, складывается из множества связанных компонентов. Этническая идентичность, в свою очередь, вариативна, она формируется, устанавливается и трансформируется на протяжении жизни человека с детства до глубокой старости. Существуют разные точки зрения социологов, психологов, философов о понятии и ключевых составляемых этнической идентичности. «Этническая идентичность – это осознание человеком своей принадлежности к определенному этносу, осознание себя представителем этого этноса, благодаря чему достигается удовлетворение потребностей в самобытности, с одной стороны, а также защите и принадлежности к своей общности – с другой» [2, с. 399].

Л.А. Андреева, О.А. Хопияйнен и Н.В. Филимонова к этнодифференцирующим критериям относят «происхождение, язык, религию, внешность, традиции и обычаи, культуру и т. д.» [3, с. 122]. В.В. Шарапов считает, что культурными капиталами являются одежда,

традиции, язык, народное творчество, религиозные обряды и черты характера. Опросы и исследования среди народов Среднего Поволжья свидетельствуют, что «28 % представителей всех малых этносов отметили, что с людьми своей национальности их сближает «какое-то трудноуловимое чувство» – по сути «национальный дух», объединяющий «братьев и сестер по этносу» в инонациональном окружении» [4, с. 461]. О.Н. Максимова к компонентам этнической и социальной идентичности относит культурные традиции, язык, религию, обычаи, разделяемую членами этнического сообщества веру в исторические мифы, верования, желания, моральные привязанности, физические атрибуты, вертикальное родство, историческую память, национальную одежду, национальную кухню, имена людей, архитектуру, стилистику и ритмику речи [5, с. 70, 83, 163]. Она же отмечает более высокий уровень этничности у недоминирующих народов в сильном полиэтничном окружении. В понимании В.Ю. Хотинца, этническая самоидентификация – это родовые корни, историческая территория, история своего народа, этнические символы культуры и религии [6, с. 73]. А.К. Салмин, анализируя публикации и выражая собственное теоретическое обоснование компонентов этнической идентичности, пишет о том, что чувство сопричастности к общему историческому прошлому помогает укреплять преемственность поколений [7, с. 112].

Рассмотрение исторической памяти в качестве важнейшей основы идентичности чеченцев уместно в комплексе социокультурных, этноконфессиональных, социолингвистических слагаемых. Результаты социологических исследований, проведенных автором в разные годы, свидетельствуют о фундаментальной составляющей этнической идентичности – религии. В этой связи обосновано положение о неотделимости этничности и религиозности в структуре идентичности чеченцев [8, с. 150]. Вместе с тем актуальным является исследование основополагающих маркеров, формирующих этноконфессиональную идентичность чеченцев. Ключевое значение здесь имеет историческая память.

Актуальность исследования исторической памяти обусловливается двумя взаимосвязанными аспектами. Во-первых, интенсивные процессы трансформаций внутри общественного устройства и международных отношений усиливают научный интерес к феномену исторической памяти. Растущая, да и не прекращавшаяся в течение нескольких последних столетий потребность сохранения культурно-исторического и духовного наследия чеченского этноса напрямую связана с необходимостью консолидации чеченского общества. Ключевым фактором, способным форсировать формирование такого единства, является историческая память чеченцев. Именно в ней обширно содержатся ценнейшие образцы социального опыта социума, накопленного за многовековую этническую историю.

Вторым обстоятельством, оказывающим влияние на актуализацию исследования исторической памяти чеченцев, является формирование индивидуальной и социальной идентичности в современном обществе. Отдельного внимания этот фактор заслуживает в настоящее время, воспринимаемое в сознании людей как «информационное» общество, где доминирующие в медиа-пространстве СМИ становятся ключевым агентом социализации. Вместе с тем, очевидны изменения в динамике восприятия чеченцами горизонтов исторических событий. С уходящими поколениями чеченцев, исчезают возможности вербального эмоционального воспроизведения страниц истории, а вместе с этим осознанного отношения к каждому факту. Неясным представляется становление исторической памяти о важнейших этапах в новой и новейшей истории чеченского народа, сопряженных со многими тысячами жертв, таких как: национально-освободительное движение под руководством Шейха Мансура (1785–1791 гг.), Кавказская война (19 в.), Великая Отечественная Война (1941–1945 гг.), преступная депортация и выстраданное возвращение на родину (1940-е–1950-е годы), полномасштабные военные действия на территории региона (1994–1996 гг., 1999–2000 гг.), прикрытые эвфемизмами «наведение конституционного порядка» и «контртеррористическая операция». Это вызывает тревогу, ведь опыт формирования этноконфессиональной идентичности в значительной степени связан с социальными потрясениями, войнами, репрессиями.

Теоретико-методологическая основа работы состоит, прежде всего, из исходных положений системного подхода, принципа историзма, принципа «дополнительности», структур-

но-функционального и качественного анализа. К разновидностям последнего может быть отнесен символический интеракционизм, этнометодология, эвристические элементы теории коммуникативного действия и теории структуризации. Комплексное применение обозначенных методологических принципов призвано обеспечить серьезный теоретический фундамент исследования.

Социологическое исследование исторической памяти чеченцев, проживающих в Чеченской Республике, о наиболее значимых событиях в истории этноса было проведено сотрудниками Комплексного научно-исследовательского института им. Х.И. Ибрагимова Российской академии наук в марте-октябре 2022 года: «Историческая память чеченцев: факторы конструирования и воспроизводства» методом полупоформализованного опроса. При формировании двухступенчатой квотной-стратифицированной выборки по территориальному, возрастному и гендерному признакам нами были использованы данные пропорциональных распределений в рамках официальной статистики [9]. В выборке представлены как горожане (гг. Грозный, Аргун), районные центры (гг. Урус-Мартан, Шали, Гудермес, Курчалой), так и сельское население (жители сел). С учетом валидных данных анкет, заложенных на корректировку выборки, итоговая совокупность опрошенных составила 456 человек. Распределение по половой принадлежности отражает пропорции генеральной совокупности: мужчин – 49 %, женщин – 51 %.

В рамках реализации работы использованы такие виды анализа, как статистический, корреляционный, факторный, а также ретроспективный метод анализа.

Источниковедческой базой исследования являются работы отечественных и зарубежных авторов по проблеме исторической памяти. Были использованы идеи, разработанные западными теоретиками (Я. Ассман, Й. Рюзен) [10]. Значительную роль в формировании проекта сыграли работы российских авторов – Ж.Т. Тощенко [11], Л.П. Репиной [12], В.Э. Бойкова [13]. Значение исторической памяти в воспитании подрастающих поколений чеченцев обозначено А.Д. Осмаевым [14, с. 77–82]. Им обоснованы тезисы о важности объективного и всестороннего освещения и изучения событий истории, в особенности в ходе воспитательной работы с молодежью. Сравнительный социологический анализ восприятия исторических событий петербуржцами и чеченцами представлен в работе З.В. Сикевич [15, с. 122–129]. Работ, посвященных исторической памяти чеченцев в контексте конструирования идентичности, нами более не найдено.

Исследование феномена исторической памяти разумно начинать с методологической части, с определения теоретических основ ее социологической структуры. Известна аксиома: история каждого поколения начинается с того наследия, плохого или хорошего, которое ему осталось от предков. Анализ такого преемства связан с понятием исторической памяти как одного из ключевых социокультурных феноменов жизни человека и общества и как фактора, влияющего не только на их настоящее, но и определяющего ближайшее и даже отдаленное будущее. Социально-историческое развитие есть органический процесс, имеющий имманентную логику, закрепленную в матрицах культуры. Одним из следствий приведенного тезиса является тот факт, что игнорирование данной логики мстит «прорабам перестроек», не пожелавшим с ней считаться. Будущее народов обусловлено, прежде всего, накопленным ранее опытом, социально-историческими основаниями их бытия, наиболее радикальными пережитыми ими метаморфозами и их современным положением в мире, системой ценностных ориентаций, исповедуемых людьми.

Историческая память представляет собой весьма сложное и неоднородное явление, как в содержательном отношении, так и с точки зрения его дальнейшего социологического исследования. Существуют разные подходы к определению этого понятия. Ж.Т. Тощенко считает, что историческая память «по сути является выражением процесса организации, сохранения и воспроизводства прошлого опыта народа, страны, государства для возможного его использования в деятельности людей или для возвращения его влияния в сферу общественного сознания» [11, с. 437].

Известный немецкий ученый Й. Рюзен дает определение исторической памяти «...с одной стороны, как ментальную способность субъектов сохранять воспоминания о пережитом опыте, который является необходимой основой для выработки исторического сознания... С другой – как результат определенных смыслообразующих операций по упорядочиванию воспоминаний, осуществляемых в ходе оформления исторического сознания путем осмысления пережитого опыта...» [10, с. 9]. Российский исследователь Л.П. Репина рассматривает историческую память в целом «как совокупность донаучных, научных, квазинаучных и вне-научных знаний и массовых представлений социума об общем прошлом» [12, с. 42]. По мнению В.Э. Бойкова, «историческая память составляет одну из основ осознания человеком своего „Я“ в семейной родословной и в истории своего народа, понимания нашего „Мы“ в национальной и культурной общности страны, а также в рамках общечеловеческой цивилизации» [13, с. 85].

Разнообразие подходов к определению феномена исторической памяти свидетельствует о собственной неоднозначности, как объекта социологического исследования, так и трудностях эмпирической верификации. В рамках реализации поставленных в данном исследовании задач следует определить историческую память как важнейший социокультурный феномен, обеспечивающий регулирование поведения индивидов, социальных групп и общностей, этносов и общества в целом. Историческая память являет собой концентрированное проявление отношения индивидов и общества к конкретным фрагментам и событиям прошлого, прямо или косвенно представляя интересы разных социальных групп и слоев. В ней сосредоточены транслируемые от предыдущих поколений к последующим знания и представления, ценности и символы, идеи и убеждения, язык, обычаи и традиции, нормы и правила поведения, образующие ядро этнической и социокультурной идентичности индивидов и оказывающие непосредственное влияние на настоящее и будущее социальных групп, общностей, этносов и общества в целом.

Наиболее существенными для видения состояния современного коллективного сознания чеченцев в сегменте исторической памяти об основных датах истории этноса представляются следующие положения.

Результаты полученных эмпирических данных определяют тот факт, что лидирующее место по величине значимости в сознании ныне живущих чеченцев занимают: геноцид чеченцев в 1944 году (44 % опрошенных), Кавказская война (19 век) – каждый пятый респондент (20 %), национально-освободительное движение под руководством Шейха Мансура (1785–1791 гг.) (13 %). Первая и вторая полномасштабные войны на территории региона, имевшие колоссальные последствия для чеченского этноса, вызвали отклик у меньшего числа опрошенных (6 и 8 % соответственно). Реабилитация чеченцев и возвращение на родину (1950-е годы) отметили 5 % опрошенных, Великая Отечественная Война (1941–1945 гг.) имеет популярность для 2 % чеченцев, и затруднились ответить 2 % респондентов. Акт насильственной репрессии в 1944 году в отношении чеченского народа, унесший жизни десятков тысяч этнических чеченцев, остается эмоциональным ядром исторической памяти.

Таким образом, конструирование исторической памяти ныне живущих чеченцев на основе наиболее значимых событий (что следует из эмпирических данных) можно представить в иерархическом порядке:

- насильственное переселение, геноцид этноса в 1944 году.
- Кавказская война в 19 веке.
- Национально-освободительное движение под предводительством Шейха Мансура в 1785–1791 гг.
- Первая и вторая полномасштабные войны на территории Чеченской Республики в 1994–1996 гг. и 1999–2000 гг.
- возвращение чеченцев из ссылки (1950-е годы).
- Великая Отечественная Война (1941–1945 гг.).

Следовательно, иерархия основных исторических событий в сознании опрошенных представителей чеченского этноса лишена хронологической последовательности и выстроенна, на наш взгляд, по степени «яркости» впечатлений.

Трагедия произошедших войн на рубеже веков оставила глубокий след в этнической истории и судьбах всех чеченцев. Послевоенное (период окончания второй чеченской войны – 2010-е годы) восстановление всех сфер жизнедеятельности происходило в чрезвычайно интенсивном темпе. Оттого, в том числе, две чеченские войны (конца 20-го – начала 21-го вв.) визуализируются в сознании опрошенных как произошедшие в недавнем прошлом и не в полной мере соотносятся с новейшей историей. Вместе с тем, это не исключает вопроса: по какой причине пережитые события беспрецедентного трагизма и исторической обреченности, где большинство респондентов стали и очевидцами, свидетелями, и участниками, и пострадавшими, и узниками – не занимают главенствующей позиции в структуре исторической памяти. Ведь фактически на рубеже веков вектор исторической динамики чеченского этноса был направлен в сторону физического и духовного вымирания.

Более тщательный ретроспективный анализ предполагает рассмотрение факторов, не лежащих на поверхности. Информация о насильственной миграции – геноциде, транслируемая непосредственно переселенными людьми в 1944 году оказывает более мощное воздействие на потомков. Этот факт, на наш взгляд, свидетельствует о следующем: чеченцы, исторически переживавшие притязания на собственные территории, героически отстаивавшие свою землю, свободу на всех этапах развития – именно в 1944 году лишились земли предков. Варварские методы, использованные советской властью в процессе переселения, уничтожение духовных, материальных памятников этноса, колоссальные людские потери «врезались» в память этнических чеченцев *на фоне физического отрыва от родной земли*. Геноцид в отношении так называемых «врагов народа» носил беспрецедентный характер цинизма, отличался применением унижительных методов попрания человеческого достоинства, презрительным глумлением над высоконравственными фундаментальными духовными основами чеченского общества.

Недавние военные события 20-ти, 30-ти-летней давности, происходившие с применением не менее «кошунственных» методов по отношению к чеченскому этносу, воспринимаются опрошенными иначе. Объясняется это также осознанным отчаянным противостоянием чеченцев с завоевателями вопреки очевидной неравнозначности сил, вооружений, оснащения и др., в то время как в 1944 году в ходе осуществляемого геноцида, представители этноса были лишены всякой возможности обороняться. Именно этот фактор оказал мощнейшее влияние на восприятие респондентами насильственного переселения в 1944 году. Дееспособные мужчины воевали на фронтах ВОВ, в то время как оставленные ими семьи предательски подвергались насилию, убийствам.

«В первые же дни фашистского вторжения в пределы СССР, чеченцы и ингуши выразили готовность с оружием в руках защищать свою Родину, ее честь, свободу и независимость.

В период Великой Отечественной войны на всех фронтах, во всех родах войск отважно сражались против немецко-фашистских захватчиков воины Чечено-Ингушетии. В битве с врагом они проявляли боевой дух, мужество, героизм и отвагу. Свыше 300 чеченцев участвовало в защите легендарной Брестской Крепости...» [16, с. 4]. Несмотря на это чеченский народ был подло обвинен в сотрудничестве с фашистами и в феврале 1944 года выслан в Среднюю Азию и Казахстан. Вероятно, вполне осознаваемая горечь от произошедшего факта насильственной репрессии, в том числе, чеченских семей, мужская часть которых в это самое время защищала родину, в некотором смысле «затмевает» восприятие респондентами трагедии в масштабах всей страны. Иными словами, глубокая осязаемость личных потерь, лишений, потрясений, происходивших одновременно с боями на фронтах, имеет серьезные отголоски и сегодня. «Тема участия представителей чеченского народа в Великой Отечественной войне достаточно актуальна в республике и тесно связана с депортацией 1944 г. Практически в каждом населенном пункте установлены мемориалы в память об участниках

войны, непременным атрибутом каждой школы являются небольшие музеи, уголки боевой славы, где собраны их фамилии, фотографии. В республике издана «Книга Памяти», работают интернет-сайты – эти и другие материалы, публикации направлены на развенчивание мифа о массовом предательстве и дезертирстве чеченцев. Наметилась тенденция издания книг об истории сел, в которых обязательно приводятся количество и фамилии жителей-участников Великой Отечественной войны» [14, с. 80].

Как видно из полученных социологических данных, гуманитарные катастрофы, борьба за свободу, выживание и бедствия, постигшие чеченцев в конкретные этапы развития этноса, более ярко воспринимаются респондентами, нежели позитивные процессы долгожданной репатриации в 1950-е годы. В ходе социальных потрясений, войн чеченский народ терял до половины своей численности, вместе с тем, вопреки колоссальным препятствиям, неизменно усилиями возрождался, не теряя достоинства. Должно быть, именно бедствия играли ключевую роль в консолидации чеченского этноса и являлись факторами формирования социокультурной и этноконфессиональной идентичности.

Использование потенциала исторической памяти в качестве этноконсолидирующей силы имеет для чеченцев серьезное значение в условиях глобальной турбулентности. В этой связи в опросник включен вопрос: «Как Вы считаете, какая идея сегодня могла бы вдохновить людей, сплотить их во имя общих целей?» Ответы показали, что опрошенными чеченцами в значительной степени осознается уязвимость этноконфессиональной и социокультурной идентичности в ситуации глобального переустройства, в связи с чем обнаружилось их стремление к сохранению и укреплению этнических ценностей, традиций, языка, культуры. Такая позиция обозначена почти половиной респондентов (49 %). Каждый четвертый (27 %) считает возможным решить проблемы человечества, объединившись. Идею особой миссии чеченского народа поддержали 14 % опрошенных. Затруднились с вариантом ответа 10 % респондентов. Вероятно, в ответах респондентов предполагается консолидация в глобальном смысле, ведь представители чеченского этноса сегодня проживают многочисленными диаспорами во многих странах мира.

Разброс этнических единиц по миру на сегодняшний день можно определить как очередное бедствие, постигшее чеченцев на их историческом пути. Территориальная разобщенность представителей этноса становится препятствием в следовании этническим традициям, обычаям, преемственности, сохранении языка и культуры. Этноконсолидирующие позиции чеченцев подвергаются серьезным испытаниям, но, вместе с тем, полное осознание масштабов угроз этнической самобытности предполагает импульс к интеграции.

Устойчивости этноконфессиональной и социокультурной идентичности чеченцев в состоянии их дисперсного расселения по миру может способствовать не прекращающееся взаимодействие представителей этноса между собой путем организации, в том числе, очных и онлайн мероприятий этнической направленности и языковыми контактами, этнокультурных встреч, поддержанием и популяризацией самобытности и уникальности родного чеченского языка и др. Специфический контекст указанные обстоятельства приобретают в отношении подрастающих поколений чеченцев, где, в числе прочих, велика роль цифровых технологий. Известно, что потребляемый медиа-контент в значительной степени формируется на русском, английском, иных языках. В современных условиях этот фактор можно отнести к социолингвистическим параметрам, определяющим специфику функционирования и развития языка. Таким образом, налицо проблема сохранения чеченского языка, коррелирующая с форматом, количеством, качеством потребляемой молодежью информации из социальных сетей.

Опыт пережитых чеченским этносом трагедий на протяжении столетий стал основой ментальности выживания. Вместе с тем, так называемое «поколение Z» (период рождения 2001 г. и позднее, период взросления 2017 г. и позднее) [17, с. 49] требует пристального внимания и даже отдельного изучения в качестве носителей исторической памяти, в дальнейшем призванных транслировать ценности, факты, отдельные события и др. представителям последующих поколений. Речь идет о таких факторах, непосредственно влияющих на форми-

рование и содержание исторической памяти и основательно закрепившихся в повседневной жизни:

- поглощенность гаджетами. Формируются новые формы психофизиологической зависимости, подобные алкоголизму, но потенциально более опасные;
- раздрганность сознания. «Размытость и размазанность форм коммуникации, когда они начинают мешать друг другу и вытеснять друг друга». Непрерывное мелькание кадров в социальных сетях, просматривание ленты, страх пропустить что-либо важное, скольжение по многим поверхностям без попыток сосредоточиться, понять смысл происходящего;
- поверхностная коммуникация. Скольжение не только по фактам, но и по людям [17, с. 172].

Перечисленное заслуживает углубленного анализа и научной проработки, поскольку «судьба» исторической памяти чеченцев напрямую связана, на наш взгляд, в том числе, с акторами ее трансляции и преемственности.

Анализ факторов конструирования исторической памяти чеченцев на современном этапе позволяет сделать некоторые выводы.

1. Социологический анализ проблемы исторической памяти чеченцев актуализируется в настоящее время с учетом размытости представлений о важнейших этапах в новой и новейшей истории чеченского народа, сопряженных со многими тысячами жертв.

2. Конструирование исторической памяти, согласно полученных данных, основывается на иерархии эпохальных исторических событий в сознании опрошенных представителей чеченского этноса и лишено хронологического формата, а сформировано с учетом «яркости» впечатлений.

3. Эмоциональным «ядром» исторической памяти для опрошенных чеченцев остается геноцид – насильственное переселение в 1944 году. *Физический разрыв с землей предков* (своеобразным сакральным пространством для чеченцев) сопровождавшийся унижениями, пытками, насилием, попранием принципов человеческого достоинства – был единственным прецедентом в чеченской истории. Происходившие локальные жесточайшие войны до и после 1944 года отличались возможностью бесстрашных чеченских воинов защищать землю предков, самозабвенно сражаться за свои семьи, народ, свободу и независимость. Геноцид же чеченцев в 1944 году несравним по масштабам восприятия респондентами, т.к. осуществлялся в то время, когда все дееспособные мужчины воевали на фронтах ВОВ.

4. Ныне живущими чеченцами в существенной мере осознается уязвимость этноконфессиональной и социокультурной, социолингвистической идентичности в условиях глобальной турбулентности. Опрошенными (49 %) поддерживается идея о возможности объединиться посредством сохранения и укрепления этнических ценностей, традиций, языка, культуры.

5. Ключевые факторы конструирования и воспроизводства исторической памяти чеченцев зависят от акторов ее трансляции. Не последнее место в этом процессе занимает семья, образовательные учреждения, средства массовой информации и др. Очевидна проблема поверхностного отношения не только к людям, но и к фактам на фоне постоянной поглощенности гаджетами. Сбой в хранении и передаче исторической памяти от предыдущего поколения чеченцев к последующему справедливо назвать угрозой их этнической идентичности.

Литература

1. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / пер. с англ. – М.: Прогресс, 2006. – 340 с.
2. Бакланов И.С., Душина Т.В., Микеева О.А. Человек этнический: проблема этнической идентичности // Вопросы социальной истории. – 2020. – Вып. IV. – С. 396–408.
3. Андреева Л.А., Хопияйнен О.А., Филимонова Н.В. Национальная кухня как фрагмент этнической идентичности // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2017. – № 1. – С. 121–126.

4. *Шарапов В.В.* Национальное сознание и социально-психологические феномены этнического самосознания населения Среднего Поволжья: дис. ... д-р психол. наук / В.В. Шаратов. – Санкт-Петербург, 2016. – 587 с.
5. *Максимова О.Н.* Этнополитическая культура современного российского региона: дис. ... д-ра полит. наук. – Москва, 2015. – 385 с.
6. *Хотинец В.Ю.* О содержании и соотношении понятий этническая самоидентификация и этническое самосознание // Социологические исследования. – 1999. – № 9. – С. 67–74.
7. *Салмин А.К.* Компоненты этнической идентичности // Вестник Чувашского университета. – 2022. – № 2. – С. 112–122.
8. *Жемчураева С.Ш.* Теоретико-методологические аспекты социологической диагностики идентичности чеченцев в полиэтнической среде: дис. ... канд. социол. наук / С.Ш. Жемчураева. – Саратов, 2010. – 185 с.
9. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Чеченской Республике. – URL: <https://chechenstat.gks.ru> (дата обращения: 20.04.2022).
10. *Рюзен Й.* Утрачивая последовательность истории (некоторые аспекты исторической науки на перекрестке модернизма, постмодернизма и дискуссии о памяти) // Диалог со временем. Альманах интеллектуальной истории. – 2001. – № 7. – С. 17–45.
11. *Тощенко Ж.Т.* Историческое сознание и историческая память. Анализ современного состояния // Новая и новейшая история. – 2000. – № 4. – С. 3–14.
12. *Репина Л.П.* Историческая память и современная историография // Новая и новейшая история. – 2004. – № 3. – С. 39–52.
13. *Бойков В.Э.* Состояние и проблемы формирования исторической памяти // Социологические исследования. – 2002. – № 8. – С. 44–52.
14. *Осмаев А.Д.* Историческая память в воспитании молодежи Чеченской Республики // Известия Чеченского государственного университета. – 2018. – № 3 (11). – С. 77–82.
15. *Сикевич З.* Этническая идентичность русских и чеченцев в контексте исторической памяти (Сравнительный анализ) // Власть. – 2017. – № 2. – С. 122–129.
16. *Ибрагимов М., Ибрагимов М.* Чечня: через круги ада. Войны, переселения и депортации чеченского народа. 2-е исправленное и дополненное издание. – Грозный: Издательство ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет», 2017. – 308 с.
17. *Радаев В.* Миллениалы: как меняется российское общество. – 2-е изд. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. – 224 с.

ОСОБЕННОСТИ САМОПОНИМАНИЯ ЛИЧНОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ТИТУЛЬНОГО ЭТНОСА В СРАВНЕНИИ С ДРУГИМИ НАРОДАМИ, ПРОЖИВАЮЩИМИ В КЫРГЫЗСТАНЕ

Камчыбек уулу Мырзабек

*Кыргызский национальный университет имени Жусуна Баласагына,
Бишкек, Кыргызстан*

Аннотация. Исследование посвящено разработке теоретико-методологической модели развития самопонимания современным человеком своей личной и социальной идентичности, нахождения баланса между личной и социальной идентичностями в этнокультурных условиях молодого суверенного государства на примере Кыргызской Республики. Статья содержит сравнительный анализ самопонимания личной и социальной идентичности узбеков, русских, казахов, проживающих в Кыргызстане, и титульного этноса Кыргызстана в зависимости от социально-демографического статуса (пола, возраста, образования, семейного и социального положения, религии, дохода семьи) и места проживания респондентов.

Ключевые слова: самопонимание, самопоиск, саморазвитие, личность, социализация, идентичность.

В исследовании проводился сравнительный анализ самопонимания личной и социальной идентичности титульного этноса Кыргызстана, и изучалась в целом структурная модель самопонимания личной и социальной идентичности узбеков, русских, казахов, проживающих в Кыргызстане.

Основное население страны – 4 804 369 человек составляют кыргызы, проживающие на всей территории страны и преобладают в большинстве сельских районов. На втором месте по численности находятся узбеки – 964 379 человека, сконцентрированы на юго-западе страны в приграничных с Узбекистаном районах. На третьем месте по численности находятся русские – 344 950 человек, сосредоточены главным образом в городах и сёлах на севере республики, казахи – 36 396 человек [1]. Поэтому контрольную группу выборки нашего исследования составили представители этносов и национальностей узбеков, русских и казахов, проживающих в Кыргызстане.

Исследование проводилось в Кыргызстане, в городах Бишкеке, Нарыне, селах. Всего в исследовании приняли участие 157 представителей не титульного этноса Кыргызстана (узбеков, русских и казахов, проживающих в современном Кыргызстане), средний возраст участников контрольной выборки исследования составил 35 лет и 8 месяцев, в исследовании приняли участие узбеки, русские, казахи от 18 до 67 лет (в последующем выборка исследования была разделена на две возрастные группы: 1 группа: 66 человек до 30 лет, 2 группа: 91 человек от 30 лет и старше.

Контрольную группу выборки исследования составили по возрасту: 30 человек узбеков, 26 человек русских, 10 человек казахов до 30 лет, 37 человек узбеков, 19 человек русских и 35 человек казахов от 30 лет и старше.

Охарактеризуем более подробно выборку исследования: мужчин – 73 человека (46,5 %), женщин – 84 человек (53,5 %). Наличие братьев/сестер: 143 человека (91,1 %) имеют братьев или сестер, 14 человек (8,9 %) не имеют братьев/сестер. По уровню полученного образования: у 79 (50,3 %) респондентов – высшее образование, у 26 (16,6 %) – среднее профессиональное образование, у 43 (27,4 %) – полная средняя школа, у 9 (5,7 %) – неполная средняя школа.

По семейному положению: не женат/не замужем – 55 (35 %), женат/замужем/совместное проживание – 86 (54,8 %), раздельное проживание – 5 (3,2 %), разведен/разведена – 6 (3,8 %), вдовец/вдова – 5 (3,2 %). По наличию детей: 60 (38,2 %) – нет детей, 97 (61,8 %) – есть дети, из них детей, проживающих вместе с родителями – 59,9 %, проживающих отдельно – 40,1 %.

По месту проживания: 25 (15,9 %) респондентов проживает в сельской местности, 53 (33,8 %) – в городе, 79 (50,3 %) – в большом городе. По доходу семьи: менее 5000 кыргызским сом – 10,2 %, от 5 000 до 10 000 – 22,9 %, от 10000 до 22000 – 13,5 %, от 22000 до 28000 – 19,7 %, от 28000 до 33000 – 21,0 %, от 33000 и выше – 12,7 %.

По социальному положению: обучающийся – 31,2 %, государственный служащий – 29,6 %, предприниматель – 29,3 %, безработный – 9,6 %. По принадлежности к религии: ислам – 63,1 %, православие – 28,0 %, буддизм – 0,6 %, католицизм – 1,3 %, протестантизм – 0,6 %, другая религия – 1,9 %, никакая – 4,5 %. Религия детей: ислам – 54,1 %, православие – 41,4 %, католицизм – 1,9 %, другая религия – 0,6 %, никакая – 0,6 %. При этом совпадение с религией родителей: у 56,1 % респондентов – совпадает, у 43,9 % – не совпадает [2].

В исследовании использовался адаптированный и модифицированный на русский язык в рамках диссертационного исследования опросник «Личной и социальной идентичности» ОЛСИ (FPSI-K). Автор и разработчик опросника FPSI-K (Fragebogen zur Personalen und Sozialen Identität – Kurzform für Erwachsene, 2004): проф. др. У. Шмидт-Дентер (Психологический институт университета г. Кельна, Германия) [3].

Структурные компоненты **самопонимания личной идентичности**: «Я – Рефлексивное» (самовнимание, самокритика, стиль идентичности), «Я – Реальное» (самооценивание,

Я – концепция, контроль убеждений), «Я – Действующее» (политическое поведение и религиозное поведение) и «Я – Идеальное» (общие ценности и ценность работы).

Структурные компоненты **самопонимания социальной идентичности** подразделяются на «чувство принадлежности к группам»: «идентификация с местом, страной и т. д.», «национальная гордость», «отношение к своей нации» и «отношение к ЕАЭС»; «Установки в отношении чужих групп»: «симпатия к другим странам», «толерантность», «ксенофобия/филия» [4].

Перейдем к результатам проведенного исследования. Исходя из отсутствия заметных отличий между экспериментальной (титульный этнос Кыргызстана) и контрольной группой (группа представлена узбеками, русскими и казахами, проживающими в Кыргызстане) по показателям социально-демографического статуса (пола, возраста, образования, семейного и социального положения, религии, дохода семьи) и места проживания респондентов данных групп, обратимся к анализу результатов диагностики самопонимания личной и социальной идентичности по опроснику ОЛСИ по экспериментальной (титульный этнос Кыргызстана) и контрольной группе (группа представлена узбеками, русскими и казахами, проживающими в Кыргызстане) и сравним полученные результаты по U-критерию Манна-Уитни - статистическому критерию для независимых выборок [5].

Сначала сравним по U-критерию Манна-Уитни результаты диагностики по опроснику ОЛСИ самопонимания личной и социальной идентичности экспериментальную группу (ЭГ) и контрольную группу (КГ) (табл. 1).

Критерий Манна – Уитни – непараметрический критерий. U – критерий Манна – Уитни применяется для оценки различий по уровню выраженности какого – либо признака для двух независимых выборок. В нашем случае $n_1 = 315$ и $n_2 = 157$, значение $U_{кр} = 22110$ для $P \leq 0,05$ и $U_{кр} = 21051$ для $P \leq 0,01$.

Исходя из полученных данных, можно сформулировать две гипотезы:

H_0 (первая гипотеза) – различия между экспериментальной и контрольной группы случайны, и, следовательно, данные группы не различаются между собой по показателям самопонимания личной и социальной идентичности.

H_1 (вторая гипотеза) – различия в результатах не случайны, и, следовательно, данные группы различаются между собой по показателям самопонимания личной и социальной идентичности.

Охарактеризуем сначала полученные результаты сравнения различных показателей самопонимания личной и социальной идентичности контрольной и экспериментальной групп по четырем его структурным показателям: «Я – Рефлексивное», «Я – Реальное», «Я – Действующее» и «Я – Идеальное» (табл. 1).

Таблица 1

Результаты статистического анализа по U-критерию Манна-Уитни по «Я-Рефлексивное» самопонимания личной идентичности экспериментальной и контрольной групп по опроснику ОЛСИ

Показатели	СЛ	СО	СС	СК	ДИ	ИИ	НИ
U-критерий	23460,00	21051,00	21443,00	21860,50	21096,50	18075,00	19270,50
Значимость	0,36	0,01	0,02	0,04	0,01	0,01	0,01

Примечание. СЛ – Личное самовнимание, СО – Общественное самовнимание, СС – Самовнимание (сумма), СК – Самокритика, ДИ – Диффузный стиль идентичности, ИИ – Информационный стиль идентичности, НИ – Ориентированный на нормы стиль идентичности

В результате анализа данных по U-критерию Манна – Уитни были выявлены значимые различия (на уровне значимости $p \leq 0.05$ или $p \leq 0.01$) по шести из семи показателей «Я-Рефлексивное» самопонимания личной идентичности – «Общественное самовнимание», «Самовнимание (сумма)», «Самокритика», «Диффузный стиль идентичности», «Информаци-

онный стиль идентичности» и «Ориентированный на нормы стиль идентичности», что позволило по этим показателям опровергнуть H_0 , то есть экспериментальная и контрольная группы различаются по этим показателям «Я-Рефлексивное» самопонимания личной идентичности.

Нулевая гипотеза принимается только по показателю «Я-Рефлексивное» самопонимания личной идентичности: личное самовнимание.

Анализируя таблицу рангов, можно сказать, что наибольший средний ранг по показателям «Я-Рефлексивное»: «Общественное самовнимание» «Самовнимание (сумма)», «Самокритика», «Диффузный стиль идентичности», «Информационный стиль идентичности» и «Ориентированный на нормы стиль идентичности» получен в экспериментальной группе в контрольной группе этот ранг существенно ниже.

Это свидетельствует о том, что у титульного этноса Кыргызстана самовнимание, в целом показатели Я-Рефлексивного самопонимания личной идентичности более выражены по сравнению с контрольной группой. Самовнимание является очень важным показателем самопонимания личной идентичности, так как оно свидетельствует об определенном уровне личной и общественной рефлексии, что способствует самокритичному отношению к себе, к своей идентичности, что у контрольной группы выборки исследования также выражено, но в меньшей степени по сравнению с экспериментальной группой.

При этом анализируя результаты сравнения среднеарифметических показателей стилей идентичности, следует отметить тот факт, что и в экспериментальной, и в контрольной группе преобладает информационный стиль идентичности, затем следует ориентированный на нормы стиль идентичности и менее всего распространен диффузный стиль идентичности.

Степень же выраженности каждого из стилей идентичности в экспериментальной и контрольной группах, тем не менее статистически значимо различны. В группе титульного этноса Кыргызстана каждый трех стилей идентичности более выражен по сравнению с респондентами контрольной группы.

Возможно, у представителей не титульного этноса Кыргызстана, проживающих в Кыргызстане, одной из особенностей самопонимания личной идентичности по показателю «Я-Рефлексивное» является менее критичное отношение к себе по сравнению с титульным этносом Кыргызстана, что связано у них с менее выраженным общественным самовниманием. Личное самовнимание в обеих группах не отличается по этому показателю друг от друга.

Информационный стиль идентичности преобладает как стиль идентичности в обеих группах, при большей выраженности этого стиля в группе титульного этноса Кыргызстана по сравнению с контрольной группой.

Перейдем к рассмотрению результатов статистического анализа данных по критерию Манна-Уитни по «Я-Реальному» (табл. 2).

Таблица 2

Результаты статистического анализа по U-критерию Манна-Уитни по «Я-Реальное» самопонимания личной идентичности экспериментальной и контрольной групп по опроснику ОЛСИ

Показатели	СА	ПО	ПЖ	ДЕ	КЭ	УН	СС
U-критерий	22165,50	20613,50	23764,50	24181,50	12434,50	13582,50	7775,00
Значимость	0,07	0,01	0,49	0,70	0,01	0,01	0,01

Примечание. СА – Самооценка, Я-Концепция: ПО – Профессиональные амбиции, ПЖ – психосоматические жалобы, ДЕ – Депрессивность, Контроль убеждений: КЭ – Контроль эмоций, УН – Умение настоять на своем, СС – Социальные способности

В результате анализа данных по U-критерию Манна-Уитни были выявлены значимые различия (на уровне значимости $p \leq 0.05$ или $p \leq 0.01$) по четырем показателям «Я-Реальное»

самопонимания личной идентичности - «Профессиональные амбиции», «Контроль эмоций», «Умение настоять на своем» и «Социальные способности», что позволило по этим показателям опровергнуть H_0 , то есть экспериментальная и контрольная группы различаются по этим показателям «Я-Реальное» самопонимания личной идентичности.

Нулевая гипотеза принимается по показателям «Я-Реальное» самопонимания личной идентичности: самооценка, психосоматические жалобы и депрессивность.

Анализируя таблицу рангов, можно сказать, что наибольший средний ранг по показателю «Профессиональные амбиции» получен в экспериментальной группе по сравнению с контрольной группой.

Это свидетельствует о том, что в группе титульного этноса Кыргызстана более выражены профессиональные амбиции, чем в контрольной группе. Возможно, находясь у себя на Родине и ориентируясь на профессиональные достижения своей семьи, у титульного этноса Кыргызстана более высокие профессиональные амбиции, по сравнению с контрольной группой.

Анализируя таблицу рангов по показателю самопонимания личной идентичности – «Контроль убеждений»: «Контроль эмоций», «Умение настоять на своем» и «Социальные способности», наибольший средний ранг по всем этим показателям получен в контрольной группе, наименьший в – экспериментальной.

То есть в контрольной группе контроль убеждений по всем показателям «Я-Реальное» выражен в большей степени по сравнению с экспериментальной группой. Возможно, это связано с тем, что контрольная группа (не титульный этнос Кыргызстана) в большей степени контролирует свои эмоции, добиваясь при этом своих целей, более высоко оценивая свои социальные способности по сравнению с титульным этносом выборки исследования Кыргызстана, которому такая настойчивость, контроль и высокая самооценка своих социальных способностей менее свойственна и нужна.

Перейдем к рассмотрению результатов статистического анализа данных по критерию Манна-Уитни по «Я-Действующее» (табл. 3).

Таблица 3

Результаты статистического анализа по U-критерию Манна-Уитни по «Я-Действующее» самопонимания личной идентичности экспериментальной и контрольной групп по опроснику ОЛСИ

Показатели	ПИ	ВР	РА
U-критерий	21582,00	23602,50	21734,50
Значимость	0,02	0,70	0,03

Примечание. Политическое поведение: ПИ – политическая информированность, Религиозное поведение: ВР – Важность религии, РА – активность религиозного поведения

Анализируя таблицу рангов, можно сказать, что наибольший средний ранг по показателям «Политическая информированность» и «Активность религиозного поведения» получен в экспериментальной группе, в контрольной группе этот ранг ниже.

Это свидетельствует о том, что по показателю «Я-Действующее» самопонимания личной идентичности в экспериментальной группе более сформирован по сравнению с контрольной группой, что проявляется в большей политической информированности и активности религиозного поведения титульного этноса Кыргызстана по сравнению с контрольной группой других национальностей, проживающих в Кыргызстане.

Возможность активного религиозного поведения затруднена у представителей русской нации выборки исследования, так как ведущей религией в Кыргызстане является мусульманство.

Нулевая гипотеза принимается по показателю «Я-Действующее» самопонимания личной идентичности: религиозное поведение: важность религии.

То есть как группа титульного этноса Кыргызстана, так и другие народы, проживающие в Кыргызстане, испытали на себе запрещение религии в годы советского строя, что, возможно, вплоть до сегодняшнего дня сказывается на отношении к религии и ее важности. Важность религии, как в контрольной, так и в экспериментальной группе исследования на данный момент довольно высока, что, говорит о больших изменениях, которые пережил Кыргызстан после распада СССР.

Перейдем к рассмотрению результатов статистического анализа данных по критерию Манна-Уитни по «Я-Идеальное» (табл. 4).

Таблица 4

Результаты статистического анализа по U-критерию Манна-Уитни по «Я-Идеальное» самопонимания личной идентичности экспериментальной и контрольной групп по опроснику ОЛСИ

Показатели «Я-Идеальное» самопонимания личной идентичности	U-критерий	Значимость
Общие ценности	22175,50	0,16
Внутренняя гармония	22748,50	0,14
Удовольствие	24365,50	0,97
Свобода	21417,00	0,01
Социальный порядок	21862,50	0,03
Национальная безопасность	21080,50	0,01
Самоуважение	22359,00	0,06
Мир во всем мире	22908,50	0,12
Уважение традиций	24254,00	0,86
Зрелая любовь	23517,50	0,37
Социальное признание	21475,50	0,01
Изменчивая жизнь	24174,50	0,69
Авторитет	24671,00	0,97
Истинная дружба	23554,50	0,34
Социальная справедливость	21049,50	0,01
Основание семьи	22317,00	0,04
Этнические ценности		
Богатство	21190,50	0,01
Стимулирование совместного развития с соседними странами	22521,00	0,10
Равенство	21965,00	0,03
Духовная жизнь	22866,00	0,16
Ценность работы	20000,00	0,01

Нулевая гипотеза принимается по большинству показателей общих и этнических ценностей «Я-Идеальное» самопонимания личной идентичности, кроме общих ценностей: «Свобода», «Социальный порядок», «Национальная безопасность», «Уважение традиций», «Социальное признание», «Социальная справедливость», «Основание семьи», этнические ценности: «Богатство», «Равенство»; «Ценность работы».

Анализируя таблицу рангов, можно сказать, что наибольший средний ранг по показателям общих ценностей: «Свобода», «Социальный порядок», «Национальная безопасность», «Социальное признание», «Социальная справедливость», «Основание семьи», этнической ценности: «Равенство»; «Ценность работы» получен в экспериментальной группе, в контрольной группе этот ранг ниже.

Это свидетельствует о том, что эти общие ценности более важны для титульного этноса Кыргызстана, чем для представителей других национальностей и этносов, проживающих

в Кыргызстане. Интересным представляется нам результат, что ценности свободы и равенства более выражены у титульного этноса выборки исследования, чем у контрольной группы.

Возможно, для кыргызов вопрос независимости и признания Кыргызстана другими странами более значим, чем для представителей контрольной группы. В общих ценностях, которые более значимы для титульного этноса Кыргызстана, по сравнению с другими народами Кыргызстана отчетливо видна тематика социального порядка, социального признания, социальной справедливости. То есть социальный контекст общих ценностей более важен именно для этнического этноса Кыргызстана по сравнению с другими народами Кыргызстана выборки исследования.

Ценность работы и основание семьи также более выражены в ценностях кыргызов по сравнению с другими народами, проживающими в Кыргызстане. Возможно, работа рассматривается не только как бизнес, как доход, но и как желание работать и делать свою работу хорошо.

Анализируя таблицу рангов наибольший средний ранг по показателю этнической ценности: «Богатство» получен в контрольной группе, в экспериментальной группе этот ранг ниже.

Это означает, что ценность богатство более выражена у контрольной группы по сравнению с экспериментальной. Богатство рассматривалось нами в работе больше как этническая, чем национальная ценность. Поэтому этот результат очень интересен тем, что данная ценность по результатам исследования не в исторической ретроспективе, а в данный момент более свойственна народам, проживающим в Кыргызстане, не относящимся к титульному этносу.

Далее рассмотрим сформированность «Чувства принадлежности к группе» и «Установки в отношении чужих групп» как основных показателей самопонимания социальной идентичности экспериментальной и контрольной групп (группы титульного этноса Кыргызстана и узбеков, русских и казахов, проживающих в Кыргызстане и имеющих кыргызское гражданство).

Перейдем к рассмотрению результатов статистического анализа данных по критерию Манна-Уитни по «Чувство принадлежности к группе» (табл. 5).

Таблица 5

Результаты статистического анализа по U-критерию Манна-Уитни по «Чувство принадлежности к группе» самопонимания социальной идентичности экспериментальной и контрольной групп по опроснику ОЛСИ

Показатели	ИС	НГ	ОН	ОЕС
U-критерий	21158,50	22973,50	17997,00	23791,50
Значимость	0,01	0,21	0,01	0,50

Примечание. ИС – Идентификация с местом/страной и т. д., НГ – Национальная гордость, ОН – Отношение к своей нации, ОЕС – Отношение к ЕАЭС

Нулевая гипотеза принимается по двум показателям «Чувство принадлежности к группе» самопонимания социальной идентичности: «Национальная гордость» и «Отношение к ЕАЭС». По двум другим показателям нулевая гипотеза отклоняется.

Анализируя таблицу рангов, можно сказать, что наибольший средний ранг по показателям «Идентификация с местом/страной и т.д.» и «Отношение к своей нации» получен в экспериментальной группе, в контрольной группе этот ранг существенно ниже.

Это означает, что титульный этнос Кыргызстана более склонен идентифицировать себя с местом, страной, кыргызским этносом, по сравнению с контрольной группой. Соответственно по показателю «Чувство принадлежности к группе» самопонимания социальной идентичности у кыргызов это чувство более выражено по сравнению с другими народами, проживающими в Кыргызстане, что являлось для нас, в целом, ожидаемым результатом.

Перейдем к рассмотрению результатов статистического анализа данных по критерию Манна-Уитни по «Установки в отношении чужих групп» самопонимания социальной идентичности (табл. 6).

Таблица 6

Результаты статистического анализа по U -критерию Манна-Уитни по «Установки в отношении чужих групп» самопонимания социальной идентичности экспериментальной и контрольной групп по опроснику ОЛСИ

Показатели «Установки в отношении чужих групп» самопонимания социальной идентичности	U-критерий	Значимость
Симпатия к чужим странам	22906,00	0,19
Англия	21200,00	0,01
Белоруссия	24295,50	0,75
Казахстан	20617,00	0,01
Кыргызстан	19956,00	0,01
Китай	21492,00	0,02
Россия	24621,00	0,94
США	20778,50	0,01
Таджикистан	23272,00	0,31
Турция	23217,50	0,31
Узбекистан	23000,50	0,27
Франция	21197,50	0,01
Южная Корея	22517,00	0,10
Толерантность	20029,00	0,01
Ксенофобия	14946,00	0,01
Ксенофилия	12684,00	0,01

Нулевая гипотеза принимается по таким показателям «Установки в отношении чужих групп» самопонимания социальной идентичности как: «Симпатия к чужим странам», «Белоруссия», «Россия», «Таджикистан», «Турция», «Узбекистан». По показателям: «Англия», «Казахстан», «Кыргызстан», «Китай», «США», «Франция», «Толерантность», «Ксенофобия» и «Ксенофилия» нулевая гипотеза отклоняется.

Анализируя таблицу рангов, можно сказать, что наибольший средний ранг по показателю симпатии к чужим странам по таким странам как: «Англия», «Кыргызстан», «США», «Франция» получен в экспериментальной группе, в контрольной группе этот ранг существенно ниже.

Это означает, что титульный этнос Кыргызстана более симпатизирует к Кыргызстану как к стране и части стран дальнего зарубежья, по сравнению с другими народами, проживающими в Кыргызстане. Полученный результат в отношении симпатии к Кыргызстану титульного этноса Кыргызстана является ожидаемым, с одной стороны. С другой стороны, большая симпатия кыргызов по сравнению с другими народами, проживающими в Кыргызстане, к Англии, Франции и США интересен своей новизной, и говорит об открытости именно титульного этноса Кыргызстана к контакту с Европой и США.

При этом наибольший средний ранг по показателю симпатии к чужим странам по таким странам как: «Казахстан», «Китай» получен в контрольной группе, в экспериментальной группе этот ранг ниже.

Это свидетельствует о том, что в контрольной группе выборки исследования более выражена симпатия к таким странам как Казахстан и Китай по сравнению с экспериментальной группой.

Подобный результат, возможно, связан с предпочтением контрольной группой стран ближнего зарубежья, а также с представленностью в контрольной группе казахов, которые с высокой степенью вероятности выражали симпатию к Казахстану.

Наибольший средний ранг по показателям «Толерантность» и «Ксенофилия» получен в экспериментальной группе, в контрольной группе этот ранг существенно ниже.

То есть для титульного этноса Кыргызстана более характерны толерантность и ксенофилия по сравнению с контрольной группой. Возможно, симпатия к странам дальнего зарубежья, опыт общения с иностранцами у титульного этноса Кыргызстана более позитивны, по сравнению с другими народами, проживающими в Кыргызстане.

Наибольший средний ранг по показателю «Ксенофобия» получен в контрольной группе, в экспериментальной группе этот ранг существенно ниже.

Это свидетельствует о том, что к переживанию чувства ксенофобии более склонны другие народы, проживающие в Кыргызстане, по сравнению с титульным этносом Кыргызстана. Данный результат интересен тем, что в научной литературе, например, в европейских исследованиях У. Шмидт-Дентера [6] или актуальном исследовательском проекте „Leben in Deutschland“ (www.lid-studie.de), часто встречается факт переживания чувства ксенофобии, именно мигрантами по отношению к другим иностранцам, проживающим в той же стране.

Таким образом, нами был проведен сравнительный анализ самопонимания личной и социальной идентичности титульного этноса Кыргызстана [7] и других народов, проживающих в Кыргызстане (на примере, узбеков, русских и казахов, проживающих большую часть своей жизни в Кыргызстане или рожденных в Кыргызстане).

1. У титульного этноса Кыргызстана самовнимание, прежде всего, общественное самопонимание как показатель «Я-Рефлексивное» самопонимания личной идентичности более выражен по сравнению с другими народами, проживающими в Кыргызстане, что свидетельствует о высоком уровне общественной рефлексии, самокритичном отношении к себе, к своей идентичности титульного этноса Кыргызстана.

2. При этом следует отметить как в экспериментальной, так и в контрольной группе преобладает информационный стиль идентичности, затем следует ориентированный на нормы стиль идентичности и менее всего распространен диффузный стиль идентичности. В группе титульного этноса Кыргызстана каждый из трех стилей идентичности более выражен по сравнению с респондентами контрольной группы.

3. Сформированность «Я-Реальное» самопонимания личной идентичности также различны по ряду показателей в контрольной и экспериментальной группах. В группе титульного этноса Кыргызстана более выражены профессиональные амбиции, чем в контрольной группе. При этом в контрольной группе контроль убеждений по всем показателям «Я-Реальное» выражен в большей степени по сравнению с экспериментальной группой.

4. Показатель «Я-Действующее» самопонимания личной идентичности в экспериментальной группе более сформирован по сравнению с контрольной группой, что проявляется в большей политической информированности и активности религиозного поведения титульного этноса Кыргызстана по сравнению с контрольной группой других национальностей, проживающих в Кыргызстане.

5. Группа титульного этноса Кыргызстана, так и другие народы, проживающие в Кыргызстане, испытали на себе запрещение религии в годы советского строя, что, возможно, вплоть до сегодняшнего дня сказывается на отношении к религии и ее важности. Важность религии, как в контрольной, так и в экспериментальной группе исследования на данный момент довольно высока, что, говорит о больших изменениях, которые пережил Кыргызстан после распада СССР.

6. Общие ценности «Я-Идеальное» самопонимания личной идентичности более важны для титульного этноса Кыргызстана, чем для представителей других национальностей и эт-

носов, проживающих в Кыргызстане. Интересным представляется нам результат, что ценности свободы и равенства более выражены у титульного этноса выборки исследования, чем у контрольной группы.

7. В общих ценностях, которые более значимы для титульного этноса Кыргызстана, по сравнению с другими народами Кыргызстана отчетливо видна тематика социального порядка, социального признания, социальной справедливости. То есть социальный контекст общих ценностей более важен именно для этнического этноса Кыргызстана по сравнению с другими народами Кыргызстана выборки исследования.

8. Ценность работы и основание семьи также более выражены в ценностях кыргызов по сравнению с другими народами, проживающими в Кыргызстане. Возможно, работа рассматривается не только как бизнес, как доход, но и как желание работать и делать свою работу хорошо. При этом ценность «богатство» более выражена у контрольной группы по сравнению с экспериментальной.

Далее рассмотрим сформированность «Чувства принадлежности к группе» и «Установки в отношении чужих групп» как основных показателей самопонимания социальной идентичности экспериментальной и контрольной групп (группы титульного этноса Кыргызстана и узбеков, русских и казахов, проживающих в Кыргызстане и имеющих кыргызское гражданство).

9. Титульный этнос Кыргызстана более склонен идентифицировать себя с местом, страной, кыргызским этносом, по сравнению с контрольной группой. Соответственно по показателю «Чувство принадлежности к группе» самопонимания социальной идентичности у кыргызов это чувство более выражено по сравнению с другими народами, проживающими в Кыргызстане, что являлось для нас, в целом, ожидаемым результатом.

10. Титульный этнос Кыргызстана более симпатизирует к Кыргызстану как к стране и части стран дальнего зарубежья, по сравнению с другими народами, проживающими в Кыргызстане. Полученный результат в отношении симпатии к Кыргызстану титульного этноса Кыргызстана является ожидаемым, с одной стороны. С другой стороны, большая симпатия кыргызов по сравнению с другими народами, проживающими в Кыргызстане, к Англии, Франции и США интересен своей новизной, и говорит об открытости именно титульного этноса Кыргызстана к контакту с Европой и США, о сформированности «Установки в отношении чужих групп» самопонимания социальной идентичности, о положительности этой установки. Контрольная группа симпатизирует больше странам ближнего зарубежья.

11. Для титульного этноса Кыргызстана более характерны толерантность и ксенофилия по сравнению с контрольной группой. Возможно, симпатия к странам дальнего зарубежья, опыт общения с иностранцами у титульного этноса Кыргызстана более позитивны, по сравнению с другими народами, проживающими в Кыргызстане.

12. К переживанию чувства ксенофобии более склонны другие народы, проживающие в Кыргызстане, по сравнению с титульным этносом Кыргызстана.

В целом, нами были выявлены особенности самопонимания личной и социальной идентичности титульного этноса Кыргызстана в сравнении с другими народами, проживающими в Кыргызстане.

По всем четырем показателям самопонимания личной идентичности и по всем двум показателям самопонимания социальной идентичности были выявлены значимые различия, что свидетельствует о том, что современное кыргызское общество очень разнообразно, разнопланово по своему пониманию личной и социальной идентичности и титульный этнос Кыргызстана имеет свои, свойственные только кыргызскому этносу особенности самопонимания личной и социальной идентичности. Следовательно, наша гипотеза о существовании значимых различий самопонимания личной и социальной идентичности кыргызского этноса от других народов, проживающих в Кыргызстане, также нашла свое подтверждение.

Литература

1. Национальный статистический комитет Кыргызской Республики. – URL: <http://www.stat.kg/ru/statistics/download/dynamic/316/> (дата обращения: 15.04.2023).
2. *Камчыбек уулу Мырзабек* Самопонимание личной и социальной идентичности кыргызов в зависимости от социально-демографического статуса // *Alatoo academic studies*. – 2022. – № 2. – С. 288–296.
3. *Камчыбек уулу Мырзабек* Структурная модель изучения личной и социальной идентичности У. Шмидт-Дентера в современном обществе // *Актуальные вопросы образования и науки*. – 2021. – № 2 (72). – С. 108–110.
4. *Камчыбек уулу Мырзабек* Психологический анализ самопонимания личной и социальной идентичности в современном кыргызском обществе // *Вестник КНУ им. Ж. Баласагына*. – 2021. – № 4 (108). – С. 120–125.
5. *Field A.* *Discovering Statistic using SPSS*. – London: 2005. – 423 p.
6. *Schmidt-Denter U.* *Die Deutschen und ihre Migranten. Ergebnisse der europäischen Identitätsstudie*. – Weinheim und Basel, 2011. – 390 p.
7. *Камчыбек уулу Мырзабек* Самопонимание личной и социальной идентичности кыргызов / Современная социологическая наука: ключевые тренды и перспективы исследования общества: V Международная конференция «Казанские социологические чтения» (Казань, 20–21 мая 2022 г.). – Казань: Издательство Казанского университета. – С. 543–548.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОМ РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ)

Моисеева Анна Александровна

Медицинский университет «Ревиз», Самара, Россия

Аннотация. В статье на основе анализа статистических данных сделан акцент на тенденцию к развитию женского предпринимательства как отдельно гендерной ниши в сфере развития сегмента малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации. Результаты статистического исследования показали рост уровня вовлеченности женщин в сферу предпринимательства применительно к конкретному региону – Самарской области.

Ключевые слова: предпринимательская активность, женщины предпринимательницы, гендер, бизнес.

В настоящее время в Российской Федерации, как и во всем мире, наблюдается тенденция к развитию женского предпринимательства. Роль женщины, вовлекающейся в предпринимательскую деятельность, становится все более весомой в современном обществе.

Предпринимательство – неотъемлемый элемент современной рыночной системы хозяйствования, без которого экономика и общество в целом не могут нормально существовать и развиваться. Все больше и больше представительниц прекрасной половины человечества вовлекаются в бизнес-процессы и предпринимательскую деятельность. Структура российского предпринимательства имеет ярко выраженный гендерный дисбаланс. По данным Министерства труда России за 2022 год женщины составляют 48,7 % занятого населения России. Минтруд обращает внимание на высокую занятость женщин: сейчас экономически активны 34,4 млн россиянок, что равно 48,7 % занятого населения [1].

По данным доклада Mastercard Index of Women Entrepreneurs, вышедшего в марте 2022 года Россия находится на 29-м месте из 58 в списке самых благоприятных стран для женщин в бизнесе.

За последнее десятилетие наблюдается скачкообразное изменение показателей вовлеченности женщин в сферу предпринимательства: снижение в 2012 и 2014 гг., повышение в 2013 и 2016 гг. с последующим спадом к 2018 и 2020 гг. [2].

Актуальность данной темы обусловлено влиянием гендера на развитие бизнеса в экономически нестабильные периоды. В целом до 2019 года соотношение активности женщин и мужчин отражало нестабильность гендерного распределения и скачкообразный характер вовлеченности женщин в раннее предпринимательство.

Экономический кризис, вызванный пандемией COVID-19, оказал более негативное влияние на раннюю предпринимательскую активность женщин.

Таблица 1

Ранняя предпринимательская активность [3]

Период	2019	2020	2021
Мужчин (%)	10,2	9,7	10,2
Женщин (%)	8,6	7,3	6,6

Из таблицы видно, что ранняя предпринимательская активность мужчин превышает активность женщин. Хотя в 2020 году наблюдается снижение активности для представителей обоих полов по сравнению с 2019 годом, но в 2021 году этот показатель для мужчин вернулся к максимальному допандемийному значению. Эту же тенденцию иллюстрирует и гендерный разрыв ранней предпринимательской активности.

Согласно данным СберБизнес Live в 2021 году соотношение ранних и устоявшихся предпринимателей-женщин незначительно изменилось в сторону открытия нового бизнеса.

В 2022 году женщины демонстрируют более осторожное предпринимательское поведение в условиях приспособления к кризису, сочетая новые предпринимательские инициативы с сохранением уже существующих бизнесов.

Индекс предпринимательской активности достиг максимума именно к 2023 году [4].

По данным исследования Global Entrepreneurship Monitor, в развитых странах в среднем 14,93 % мужчин и 7 % женщин хотят открыть свой бизнес, тогда как в России – 18,4 % и 22,58 % соответственно [5].

Несмотря на сложные социально-экономические и политические условия в стране, с 2008 по 2016 г. в 3,6 раза возрос уровень предпринимательской активности российских женщин на начальном этапе ведения бизнеса. 2017–2019 гг. также сопровождалось ростом, а за 2020–2021 гг. произошло снижение в связи с пандемией и гендерный разрыв начал смещаться в пользу мужчин-предпринимателей.

Таблица 2

Уровень предпринимательской активности российских женщин

Период	2012	2013	2014	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Индекс	1,9	2,8	1,8	2,7	2,2	3,2	3,4	1,7	1,9

Развитие предпринимательства – это одна из основных задач органов местного самоуправления, потому что от уровня развития предпринимательства зависит наполняемость местного бюджета, а значит, выполнение социальных задач. От этого зависит занятость населения, соответственно – улучшение социальной обстановки, снижение напряженности.

Сегодня малый и средний бизнес – важная составляющая экономики Самарской области.

На сегодняшний день по уровню развития сферы предпринимательства Самарская область входит в десятку лучших регионов России. Каждый четвертый работающий в регионе, занят в сфере малого и среднего бизнеса.

Население Самарской области на 1 января 2022 составляет 3 164 384, из них женщин 1 711 411 (54 %) и мужчин 1 452 973 (46 %). В экономике Самарской области занято 764 тыс. женщин (92 %). Из них 738 тыс. женщин работают по найму, а остальные 26 тыс. имеют свой бизнес [6].

Женщины-предприниматели Самарской области не боятся стереотипов и участвуют во всех сферах экономической деятельности - даже в таких, которые считаются сугубо мужскими. Правда, там их доля не слишком высока: сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство – 1,91 %, добыча полезных ископаемых – 0,02 %, обеспечение электрической энергией, газом и паром, кондиционирование воздуха – 0,005 %. Согласно информации минэконома, дамам Самарской области ближе торговля оптовая и розничная – 40,03 %, профессиональная, научная и техническая деятельность – 9,02 %, операции с недвижимостью – 7,79 %, транспортировка и хранение – 5,13 %, гостиничное хозяйство и предприятия общественного питания – 3,52 % [7].

Таблица 3

Доля женщин-предпринимательниц субъектов малого и среднего предпринимательства Самарской области

Период	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Сумма среднесписочной численности работников (чел.)	389765	384789	377804	375271	363274	367682
Доля женщин (%)	37	40	41	39	32	36

Из таблицы видно, что доля женщин предпринимательниц до пандемии коронавируса росла, в период изоляции доля бизнес-леди в малом и среднем бизнесе резко сократилась и уже в 2023 году стала возрастать и за первый квартал 2023 года составляла 39 % (на 10.04.2023 всего субъектов малого и среднего бизнеса – 130 690) [6].

Таблица 4

Количество индивидуальных предпринимателей Самарской области

Период	01.01.2019	01.01.2020	01.01.2021	01.01.2022	01.01.2023
Количество индивидуальных предпринимателей (чел.)	63 312	64 648	62 034	68 477	71 135
Количество индивидуальных женщин-предпринимателей (чел.)	32 425	31 797	28 328	28 637	29 881

Таблица составлена автором по данным статистики территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Самарской области

Сокращение числа индивидуальных предпринимателей и в целом малого и среднего предпринимательства связано также с переходом многих предпринимателей в разряд «самозанятых». По состоянию на март 2023 года в Самарской области зарегистрировано 165,7 тысяч самозанятых граждан с начала действия специального налогового режима (С 1 января 2020 г. в Самарской области вступил в силу специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход») [8]. Предпринимателей, зарегистрированных в качестве самозанятых, становится всё больше. В гендерной структуре самостоятельно занятых доминируют женщины.

Итак, женское предпринимательство как отдельная гендерная ниша представляется достаточно перспективной сферой развития сегмента малого и среднего предпринимательства в стране. Наблюдающаяся в нашей стране тенденция повышения заинтересованности вовлечения женщин в бизнес может стать резервом к повышению количества доходов государственного бюджета, и, как следствие, расширить число рабочих мест и улучшить благосостояние граждан. Цифры статистики нам показали, что влияние женщин на мировую политику и экономику увеличивается.

Таким образом, для достижения позитивных результатов развития женского бизнеса в современных условиях необходимо способствовать созданию благоприятных экономических, социальных, правовых условий существования женского предпринимательства как в России, так и на региональном уровне.

Литература

1. Новостной ресурс «Лента.Ру». – URL: <https://lenta.ru/tags/organizations/mintrud-rossii/> (дата обращения: 19.04.2023).
2. Информационный ресурс «Сбербанк.Ру». – URL: <https://www.sberbank.com/ru/news-and-media/contacts> (дата обращения: 19.04.2023).
3. Новостной ресурс «Лента.Ру». – URL: <https://lenta.ru/news/2022/05/16/gem/> (дата обращения: 19.04.2023).
4. Информационный ресурс «Sberbusiness.live». – URL: <https://sberbusiness.live/> (дата обращения: 19.04.2023).
5. Новостной ресурс «РБК». – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/6040c46c9a794723ffd565ff> (дата обращения: 19.04.2023).
6. Федеральная налоговая служба. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. – URL: <https://rmsp.nalog.ru/statistics.html?> (дата обращения: 19.04.2023).
7. Новостной ресурс «Самарская газета». – URL: <https://dzen.ru/a/X0-sI0zrE3w9MtF4> (дата обращения: 19.04.2023).
8. Информационный ресурс «Сбербанк.Ру». – URL: https://www.samregion.ru/press_center/news/v-samarskoj-oblasti-mery-podderzhki-pomogay-ut-samozanyatym-povyshat-svoj-dohod/ (дата обращения: 19.04.2023).

КОНФЛИКТ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

**Мохаммад Вижа Тарик,
Шабалина Алина Эдуардовна,
Хизбуллина Радмила Радиковна**

Казанский государственный энергетический университет, Казань, Россия

Аннотация. В представленной работе с теоретико-методологических позиций представлен анализ сущности, особенностей, положительные и отрицательные стороны социального конфликта как феномена, функции конфликта, а также рассмотрены процессуальная и структурная модели конфликта.

Ключевые слова: социальный конфликт, модель, социология конфликта, конфликтология.

Социальный конфликт в общественной жизни являются неизбежным феноменом, так как социальное развитие часто происходит через противоборства различных мнений, интересов и целей.

Понятие «социальный конфликт» с позиции научного знания употребляется широким и узким смыслах. Отечественные ученые сходятся во мнении, что трактовка конфликта как социального феномена может быть приведена к следующему виду: в широком смысле соци-

альный конфликт тождественен общественному конфликту. В этом значении он включает в себя все виды конфликтов, происходящих в обществе. В узком смысле – изучает всего одну из сфер общественной жизни, а именно социальную сферу, не затрагивая сферы экономики, политики и так далее [1].

Социальная структура общества является источником конфликта из-за деления общества на классы, слои и группы, поэтому противоречие между отдельными элементами социальной структуры - нормальное состояние общества. Главными задачами участников конфликта являются поиск компромисса и максимальное снижение негативных последствий конфликта. Конфликты охватывают все сферы жизнедеятельности людей, а конфликтные отношения представляют собой основу общественных процессов и играют важную социальную роль в формировании социальной структуры общества.

В работах представителей структурно-функционального подхода (Э. Дюркгейм, Т. Парсонс) [2, 3] формирование социальных связей, процесса становления социальных групп, социализации личности в обществе изучается через выявление причинных закономерностей, а также функциональных связей, существующих независимо от индивида, воздействующих на него, корректирующих его поведение [4].

Причины конфликтов в обществе могут быть разными. К ним могут относиться:

- особенности социальной среды
- характер российских модернизационных тенденций
- проблемный конфликт в дискуссиях философов, социологов, конфликтологов и др.

(рис.1) [5].

Причины социальных конфликтов
<ul style="list-style-type: none"> • Социальная неоднородность общества, наличие противоположных ориентаций. • Различия в уровнях доходов, власти, культуры, доступе к образованию, информации. • Различия в целях, представлениях и ценностях. • Религиозные различия. • Поведение человека, его социально-психологические черты (характер, интеллект, общая культура и др.). • Неумение общаться и договариваться
Повод
Любое событие, послужившее последней каплей, переполнившей чашу терпения

Рис. 1. Причины социальных конфликтов

Данные исследований социальных конфликтов имеют давнюю историю. Так, например, К. Маркс, – классическая марксистская парадигма исторически является первой парадигмой конфликтологии.

Вместе с тем, в общетеоретическом и методологическом плане сегодня необходимо обосновать и углубить сущность и содержание конфликтной парадигматики как фундаментальной основы анализа социальных проявлений современного общества. Особый интерес представляет проведение комплексного анализа особенностей понимания социального конфликта как феномена современного общества с позиций междисциплинарного подхода, объединяющего методологические и концептуальные взгляды, необходимые для изучения такого сложного явления как социальный конфликт [6].

Известно, что существует 2 основные модели конфликта: процессуальная и структурная.

Процессуальная модель делает упор на развитие конфликта, возникновение конфликтной ситуации, его последствия и формы конфликтного поведения.

В структурной модели особое внимание уделяется анализу условий, лежащих в основе конфликта и определяющих его динамику. Главной целью этой модели является установление данных, которые влияют на конфликтное поведение и конкретизацию форм этого влияния.

Социальный конфликт проходит 4 стадии: предконфликтная ситуация, конфликт, разрешение этого конфликта, послеконфликтная стадия. Каждая из этих стадий может иметь несколько фаз. Так, например, предконфликтная стадия разделяется на 2 фазы, где первая фаза характеризуется накоплением противоречий в системе общественных отношений, связанных с различием установок, ценностей и взглядов участников конфликтного взаимодействия. Данная стадия относится к латентной фазе развития конфликта.

Вторая фаза связана с внешним событием, которое приводит в движение стороны конфликта. На этой фазе конфликтующие стороны осознают мотивы и поводы разногласий. Вторая фаза переходит из латентной стадии конфликта в открытую и выражается в различных способах конфликтного поведения.

Конфликтное поведение характеризует вторую и основную стадию развития конфликта. Конфликтное поведение – это проявление в эмоциях, разговоре и действиях негативной реакции на конфликтную ситуацию [7]. Для вступления в эту фазу необходимо осознание своих целей и интересов, противоположных стороне оппонента и формирование установки борьбы с ней. Конфликт интересов на этой фазе принимает состояние острых разногласий, при которых участники конфликта усугубляют и разрушают структуру общественных связей и взаимодействий. В эмоциональном плане эта фаза может характеризоваться откровенной враждебностью и агрессией. Конфликтные действия обостряют эмоциональный фон, что продуцирует конфликтное поведение [8].

Ниже, на рисунке 2 представлены виды социальных конфликтов [5]:

Виды социальных конфликтов	
<i>Внутриличностный</i>	<i>Межличностный</i>
происходит внутри личности на уровне индивидуального сознания (Я реальное ↔ Я идеальное)	происходит между двумя и более людьми одной или нескольких групп (Я ↔ Я)
<i>Межгрупповой</i>	<i>С внешней средой</i>
конфликт одной группы с другой [например, конфликт между различными классами, национальностями, религиозными и поколенческими (конфликт «отцов и детей») группами] (Мы ↔ Мы)	давление на человека извне со стороны культурных, административных, экономических норм и предписаний, конфликт с организациями, поддерживающими эти нормы и предписания
<i>Охватывающий отдельные сферы общественной жизни</i>	<i>Охватывающий общество в целом</i>
экономический (производственный), политический, этнический и др.	<i>социальная революция</i> (от лат. revolution — поворот, переворот) — быстрый переход от одного общественно-политического строя к другому; война

Рис. 2. Виды социальных конфликтов

Разрешение конфликта происходит через психологическую перестройку, субъективное изменение образа противоположного участника конфликта и ситуации, которая сложилась у конфликтных сторон. Благодаря этому возможно частичное или даже полное разрешение конфликта. Полное разрешение конфликта означает трансформацию из «образа врага» в «образ партнера», а психологическая установка на борьбу сменяется сотрудничеством. Частичное разрешение конфликта подразумевает только изменение внешнего вида конфликта, но сохраняются внутренние установки к продолжению борьбы.

В социологии конфликта, конфликтологии как научном знании можно найти формулировку понимания условий, при которых возможно успешное разрешение социального конфликта. Так, например, одним из главных условий является выявление объективно существующих противоречий, интересов и мнений. Это позволяет найти «деловую зону» конфликтной ситуации. Следующее существенное условие – это заинтересованность обеих сторон конфликта преодолеть противоречия на основе взаимного признания интересов. Третье условие – это совместный поиск способов разрешения конфликта: диалог, переговоры через посредника и т. д.

Социальный конфликт может разрешиться двумя способами: компромисс или победой одной из сторон. Следует отметить, что второй вариант может перейти в латентную стадию конфликта.

Функции социального конфликта в обществе оцениваются по-разному. Некоторые исследователи считают, что функции социального конфликта несут исключительно негативный характер, так как такие противоречия вызывают разрушения различного типа, как например, разрушение и/или замедление динамики общества, индивидов и социальных институтов, а социальные противоречия – это результат необдуманных и импульсивных действий со стороны субъектов.

Известно, что негативными последствиями конфликта являются: большие эмоциональные затраты; конфликт часто заканчивается ссорой, противоборством сторон; из-за конфликта портятся отношения в коллектив (при этом отношения могут восстанавливаться сложно и долго), может уменьшиться производительность труда и пр.).

Вместе с тем, положительные стороны социального конфликта могут быть сформулированы как перечень следующих тезисов:

1. Социальные конфликты позволяют выявить противоположность мнений противоборствующих сторон и, благодаря этому, начать процесс разрешения конфликтов.

2. Появление социального конфликта в обществе означает назревшие противоречия, которые нельзя не учитывать, так как это может перейти к социальным катаклизмам.

3. Разрешение общественных противоречий является источником развития самих противоборствующих субъектов.

4. Если противоборствующие стороны смогут найти компромисс, то социальный конфликт может перейти в стадию прогрессивного развития и конфликтующих субъектов, и общества в целом.

5. В процессе конфликта происходит объективация источника разногласия и его разрешение, могут быть найдены средства предотвращения потенциальных конфликтов.

6. В конфликте «изживается» внутренняя напряженность.

7. Конфликт может способствовать некоторому движению вперед, предотвращая застой.

Отечественным исследователем в области социологии конфликта Соломатиной Е.Н., отмечено, что актуальной проблемой развития социологии конфликта в России является сложившееся противоречие между развитой практической составляющей социологии конфликта и недостаточно развитым теоретико-методологическим знанием о социальных конфликтах [9].

Практически всякая конфликтная ситуация является неопределенной и непредсказуемой по сущности своего исхода. Любой конфликт является разрывом субъектной среды

или изменчивостью в существовании социальной группы. Состояние системы наступающей или промежуточной стадии может быть полностью противоположным ее развитой стадии.

Подводя итог, стоит отметить, что современному обществу нужно стремиться не к полной ликвидации социальных конфликтов, а к выявлению, формированию и оптимизации методов, максимизирующих разрешение противоречий, предполагающих взаимоуважение к различным мнениям, интересам, позициям.

Литература

1. Сычева Е.Ю., Кусова Л.Н., Тимофеева В.А. Дискурс природы конфликта в классической социологии // Экономика. Социология. Право. – 2021. – №. 4 (24). – С. 144–158.
2. Дюркгейм Э. Социология образования / пер. с франц. Т.Г. Астаховой / под научн. ред. В.С. Собкина, В.Я. Нечаева. – М.: ИНТОР, 1996. – 37 с.
3. Парсонс Т. Система координат действия и общая теория систем действия: культура, личность и место социальных систем / под ред. В.И. Добренкова. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1994. – 312 с.
4. Хизбуллина Р.Р. Молодой специалист: особенности социально-профессиональной социализации: автореферат дис. ... / Р.Р. Хизбуллина. – Казань, 2012. – 23 с.
5. Социальный конфликт и пути его решения. – URL: <https://soociety.ru/ogje-2018-ro-obshhestvoznaniyu/tema-4-6-socialnyj-konflikt-i-puti-ego-resheniya.html> (дата обращения: 20.04.2023).
6. Зязов Р.А., Храмова К.В. Философские основания социального конфликта // Философская мысль. – 2022. – №. 10. – С. 1–6.
7. Кисляков П.А., Самсонова И.В. Социология: учебно-методическое пособие. – Шуя: ШГПУ, 2011. – 189 с.
8. Радугин А.А., Радугин К.А. Социология: курс лекций. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Центр, 1999. – 160 с.
9. Соломатина Е.Н. Социология конфликта: учебное пособие для вузов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Юрайт, 2023. – 192 с.

ВИТАЛЬНОСТЬ ЯЗЫКОВ НАРОДОВ ПОВОЛЖЬЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Низамова Лилия Равильевна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. На материалах конкретно-социологических исследований с применением опросных методов раскрываются тенденции сохранения и развития языков народов Поволжья (башкирского, марийских, мордовских, татарского, удмуртского и чувашского языков) под влиянием эффектов компьютеризации, диджитализации, виртуализации и расширения влияния социальных медиа. Показаны противоречивые следствия цифровой медиатизации: с одной стороны, интернет становится одним из значимых каналов, обеспечивающих витальность статистически малочисленных языков и воспроизводство самобытных этнокультурных идентичностей в сетевой среде, а с другой стороны, усиливает инерцию языкового сдвига – способствует вытеснению малых языков на периферию и их дальнейшей маргинализации.

Ключевые слова: языки народов России, титульный язык, цифровизация, цифровая этничность, этнический интернет, национальные республики, Поволжье.

Тема сохранности относительно малочисленных языков находится в поле зрения ученых и политиков уже не одно десятилетие. Отмечаются объективные и субъективные факторы, обеспечивающие витальность языков или, напротив, ведущие к их угасанию и исчезновению.

К перечню многочисленных факторов, оказывающим неоднозначное и даже противоречивое влияние на витальность таких языков, можно дополнительно отнести эффекты новых медиа и влияние компьютерных технологий. С одной стороны, интернет снимает былые ограничения по емкости, дистанции, масштабу, разнообразию и цене коммуникаций на «малых языках», а с другой, усиливает рыночные механизмы, нивелирующие культурное многообразие, и оттесняет такие языки на периферию и в возможно еще более узкие, чем у традиционных СМИ, ниши и цифровые пространства, не способные обеспечить межпоколенную языковую трансмиссию. Под витальностью языка в данной работе понимается в целом жизнеспособность, устойчивость и сохранность языка, как на уровне сообщества, так и отдельного индивида.

В основу статьи положены результаты массового социологического опроса 2018 года в Республике Татарстан о языковых установках и практиках населения региона в возрасте 18 лет и старше (выборка составила 2000 респондентов), а также материалы полужурналистских интервью о тенденциях языкового развития с лидерами общественного мнения в шести республиках Поволжья и Приуралья (Башкортостане, Марий Эл, Мордовии, Татарстане, Удмуртии и Чувашии), проведенные в дистанционном формате в 2021 году (общая численность интервью – 48 единиц, по восемь в каждой из шести республик). Среди лидеров общественного мнения были опрошены работники СМИ и культуры, представители общественных организаций и гражданские активисты. Полевые работы выполнены коллективом социологов Казанского федерального университета Л.Р. Низамовой, А.Н. Нурутдиновой с участием в работах 2018 года А.М.Гараевой.

В массовом опросе 2018 г. в Татарстане было изучено, какой (-ие) преимущественно язык (или языки) жители республики используют в разных сферах социальной жизни: на работе, в магазинах, при обращении в органы государственной власти, пользовании СМИ, среди друзей, дома в общении с семьей, детьми или старшими родственниками и прочее – всего были произведены замеры по 27 переменным [1]. Предложенные респондентам ответы на закрытый вопрос позволяли выбрать варианты: «преимущественно на татарском», «на татарском и русском в равной степени», «преимущественно на русском», «на другом языке», «затрудняюсь ответить». Полученные данные свидетельствовали не только о расширении сфер использования русского языка и русско-татарского билингвизма, их отчетливом распространении, как в публичной, так и в частной жизни татар, но также об уменьшении доли тех, кто применяет преимущественно татарский язык. Один из самых низких показателей обращения татар к родному этническому языку характерен для чтения материалов в интернете. Если среди татар около 13 % смотрят телепередачи, 18 % читают газеты и журналы, 21 % слушают радиопрограммы, 22 % читают художественную литературу главным образом на татарском языке, то прибегают к своему языку в интернете по самооценке опрошенных менее 6 %, хотя еще в 2006 году операционные системы Microsoft Windows XP и пакет офисных приложений Microsoft Office 2007 стали доступны на татарском языке. Соответственно, среди всех массмедиа именно интернет более других является каналом информации и коммуникации преимущественно на русском языке (для почти 64 % опрошенных татар); в этой среде менее характерно паритетное двуязычие – лишь один из пяти татар в равной степени прибегает к татарскому и русскому языкам при пользовании всемирной сетью. Тенденции современного медиапотребления внушают опасения: например, в Чувашии родного языка *«становится всё меньше и меньше, потому что на развитие ребёнка всё больше и больше влияют смартфоны и так далее. А в смартфонах чувашского языка вообще нет»* [интервью, Чувашия, 4].

В последние годы ученые, представители самых разных социогуманитарных наук, активно изучают феномен «киберэтничности» [2], «информационной этничности» [3], цифровой или «виртуальной этничности» [4]. Отмечается, что жизнедеятельность этнических общностей в условиях всеохватывающей цифровизации разных сторон социальной жизни так же естественным образом получает продолжение и выражение в интернет-пространстве. Всемирная сеть становится средой популяризации этнической культуры и способом репрезентации самобытной этнической идентичности, поощряет молодежь к новым формам творчества и способствует информационной консолидации дисперсных этнических групп, хотя полно-

стью цифровизировать этничность все же нельзя [3]. Многие соглашаются с тем, что непредставленность этнической группы в интернете угрожает ее витальности и будущности. Существует запрос на «этнический интернет» или «национальный интернет» [5]:

«Интернет-контент должен быть на чувашском языке – мощный, объемный. Чтобы я зауглила песенку там – колыбельную на чувашском языке, я зауглила там считалочку на чувашском языке... Чтобы это не вопрос был. Мой ребенок зашёл, посмотрел, почитал, ушел. Мультки посмотрел» [интервью, Чувашия, 6].

Не все исследователи, изучающие языковой и культурный плюрализм интернета, используют понятие «этнический интернет». Эта категория является относительно новой, пока слабо проработана в научной литературе и имеет разноречивые толкования. Тем не менее, она привлекает внимание исследователей, особенно в республиках и регионах, где титульные и малочисленные языки активно продвигаются в сетевой среде [5] [6] [7]. В фокусе внимания оказываются официальные сайты национальных республик, веб-сайты общественных объединений и организаций, СМИ и посвященные культуре этнических групп [6], онлайн-сообщества в социальных сетях и блогинг.

Нет согласия и ясности в том, сводится ли этнический интернет к веб-сайтам на языках национальных и этнических меньшинств или в силу распространенности двуязычия и русского монолингвизма среди народов Российской Федерации к нему можно отнести и сетевые ресурсы, популяризирующие историческое наследие, ценности и культурные продукты этнических общностей с использованием других языков, прежде всего русского языка как общенационального. Интернет-ресурсы народов России тесно связаны с пространством Рунета. Российские ученые обоснованно отмечают, что этническим интернет становится не по используемому языку, а по содержанию контента, декларируемым целям, назначению материалов [7], целевой аудитории. Явное меньшинство пользователей используют в сети родной язык [3]. Менее очевидно отнесение к этническому интернету всех сетевых ресурсов конкретной национальной республики, тем более что не в каждой республике даже официальные сайты имеют версию на титульном языке, являющемся также одним из государственных языков территории (напр., *«даже официальный сайт Удмуртской Республики у нас ведется только на русском языке»* [интервью, Удмуртия, 1]). Последнее является поводом для упреков республиканским властям со стороны общественности, усматривающей в этом угрозы для витальности местного языка и ратующей за его сохранение и развитие. Обе вышеназванные позиции в трактовке этнического интернета имеют право на существование, хотя вторая носит расширительный смысл, демонстрируя размывание некоторых характеристик этничности в обществе позднего модерна и специфику Всемирной сети, легко преодолевающей территориальные, административные и социальные границы.

Этнический интернет имеет целый ряд отличительных официальных и неофициальных сегментов, хотя границы между ними все же условны: официальный, медийный, образовательный (познавательный), неформальный публичный и частный. Официальный представлен на сайтах органов государственной власти, организаций социальной сферы, здравоохранения, других предприятий с использованием титульных языков республик [8]. Познавательный сегмент среди прочего, например, включает Википедию на этнических языках: в России в 2022 году по количеству статей лидировал чеченский язык, а по количеству пользователей – татарский язык. Медийный сегмент охватывает разноплановые национальные СМИ, включая коммерческие и авторские проекты. Сообщества в социальных сетях и блогинг представляют неформальные сегменты этнического интернета в единстве его публичных и частных функций. Расширение поля этнического интернета и его плюрализм свидетельствуют о готовности разнообразных акторов и институций – участников языковых и этнокультурных процессов – идти в ногу со временем. Этот процесс в национальных республиках разворачивается не равномерно и поддержка со стороны республиканских властей не одинакова: *«утатар и башкир Windows имеется на родном языке, в Windows'e присутствует локализация на татарском и башкирском, а на чувашском такого нет. Власти по этому поводу ничего не делают»* [интервью, Чувашия, 4].

В современных условиях возрастает значение онлайн производства и размещения разнообразного цифрового контента. Известно, что объемы традиционных телетрансляций на титульных языках заметно различаются по республикам, но почти в каждом случае считаются недостаточными и не обеспечивают приближения к идеалу круглосуточного вещания. Цифровые технологии снимают имеющиеся ограничения, поэтому, например, в Удмуртии было создано интернет-телевидение «Даур ТВ» как инициативный проект общедоступного ширококовещания на удмуртском языке: *«это не совсем профессионально, любительское. [...] Наш специалист запустил, мы [Дом дружбы Удмуртской Республики] его поддерживаем максимально, даём материалы, совместно отрабатываем»; «удмурты, которые проживают в других регионах, тоже могут смотреть уже онлайн-телевидение, которое идет двадцать четыре часа»* [интервью, Удмуртия, 5].

Развитие медийного сегмента этнического интернета стало очевидным на фоне угасания печатных изданий, в том числе и национальных. Распространение материалов на этнических языках и этнокультурного контента в интернете, коммуникации представителей этнических сообществ стали неотъемлемой частью сетевого пространства. Например, функционируют сайты информационных агентств республик, государственные каналы телевидения на титульных языках представлены в интернете, созданы сайты – интернет-издания, не имеющие печатных аналогов (напр., в Татарстане выходит Татарская электронная газета Интертат, в Чувашии непрофессиональное сетевое издание – «Чувашский народный сайт»), ведутся работы по созданию корпуса титульного языка и автоматических переводчиков с русского на малочисленные языки (например, в Татарстане и Чувашии).

Опрошенные лидеры мнения отметили, что происходит оптимизация редакций национальных изданий: они объединяются и сливаются, редакции имеют лишь небольшую численность сотрудников (*«это желание тоже улучшить качество этих изданий, и я думаю, там моменты, когда нужно было оптимизировать – почему одно издание, где 3–4 человека работают, и там отдельный бухгалтер?»* [интервью, Удмуртия, 2]). Печатные национальные СМИ зачастую имеют интернет-сайты и страницы в социальных сетях, хотя их наполнение не дублирует содержание издаваемых газет. Цифровизация медиапроизводства устраняет былые организационные и финансовые проблемы, связанные с подпиской на национальные издания и с их распространением, особенно за административными границами конкретной республики, но создает новые и актуализирует вопрос монетизации цифрового контента. Вопрос финансирования традиционных СМИ и ранее был весьма чувствительным, а в цифровой среде он обретает новое звучание: как обеспечить финансовую устойчивость и выживание интернет-изданий на национальных языках в отсутствие платежей от пользователей, посещающих сайт? При этом нельзя не учитывать того, что традиционная аудитория национальных СМИ более представлена старшими возрастными группами в сельской местности с ограниченной платежеспособностью. Поэтому редакции прибегают к комбинированной стратегии: при поддержке республиканских властей и используя имеющиеся возможности монетизации предоставляемых услуг, создают одновременно контент для печатных изданий. Будет ли работать такая стратегия в будущем, когда качественное покрытие интернетом станет реальностью не только в городах, но и сельской местности, и произойдет смена поколений с разными предпочтениями в медиапотреблении, не вполне ясно. Возможности использования рекламы как источника финансовой поддержки у национальных СМИ существенно ограничены, так как они явно проигрывают русскоязычным медиа по величине аудитории.

Национальные СМИ получают государственную поддержку, но сталкиваются с определенной маргинализацией на общероссийском уровне – испытывают сложности с получением общероссийских грантов и участием в конкурсах для СМИ с материалами на местном языке. Например, в России проводится много конкурсов в области журналистики, в которых рабочим языком является только русский язык. Оргкомитет конкурса может иногда принимать переводы, но для сотрудника национального издания это означает дополнительную работу и усилия – необходимость без потерь сделать еще и качественный перевод конкурсного материала. Поэтому с сожалением отмечается: *«Это нам не нравится. У нас сильные журна-*

листы, хороший материал, очень хорошая аналитика бывает иногда; кто читает, все говорят, что: “да, очень газета близка людям, очень добрая, теплая”» [интервью, Удмуртия, 2]. В результате массмедиа на этнических языках оказываются довольно узкими локальными нишами с относительно небольшой аудиторией, которая, тем не менее, благодаря представленности контента в интернете может охватывать жителей не только разных регионов, но стран и континентов. Примечателен синкретизм функционала деятелей СМИ и культуры в национальных республиках как выражение относительной малочисленности национальной интеллигенции и меньшее выраженной профессиональной дифференциации и специализации: редакторы газет являются активными авторами в печатных СМИ и одновременно поэтами и / или прозаиками, пишущими на родном языке, деятели культуры сочетают в своей практике разные виды художественного творчества (являются одновременно актерами, режиссерами, сценаристами или авторами медиаконтента).

Развитие компьютерных технологий открыло новые возможности для поддержки, сохранения, развития языков и культур народов Поволжья и страны в целом, которыми воодушевляется и охотно пользуется часть молодежи, национальной интеллигенции и активистов этнических групп. Численность интернет-ресурсов, сайтов, блогов на этнических языках и в интересах народов России растет. Тем не менее, отдельные представители общественности полагают, что восходящая динамика численности сайтов, ресурсов и Youtube-каналов на малочисленных языках создает иллюзию позитивных изменений, однако качество предлагаемого контента зачастую вызывает критику как неадекватное современности из-за характера подачи, темпа ритма, дизайна, некачественной визуализации [интервью, Татарстан, 1]. Кроме того, в более широком плане процесс экспансии компьютерных технологий имеет и оборотную сторону, которая усиливает тревогу относительности витальности малых языков в глобальном цифровом пространстве. Озабоченность вызывает то, что доля пользователей медиа-контента на относительно малочисленных языках очень невелика, еще сильнее нарушается языковая преемственность, т.к. все более привычным становится пользование наиболее многочисленными языками. Цифровые технологии в целом не способствуют сохранению малых языков и усиливают действие рыночных и политических механизмов, приводящих к унификации информационного и сетевого пространства.

Литература

1. Низамова Л.Р. Татарский язык в Татарстане в условиях новых подходов к освоению родного языка // *Oriental Studies*. – 2022. – Т. 15. – № 3. – С. 604–615.
2. Головнев А.В., Белоруссова С.Ю., Киссер Т.С. Виртуальная этничность и киберэтнография. – СПб: МАЭ РАН, 2021. – 280 с.
3. Холопов Д.А. Этническая идентичность в пространстве интернета // *Социальная интеграция и развитие этнокультур в евразийском пространстве*. – 2021. – Т. 1. – № 10. – С. 229–236.
4. Poster M. Virtual ethnicity: tribal identity in an age of global communications // *CyberSociety 2.0. Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*. Thousand Oaks: Sage, 1998. – P. 184–211.
5. Габдрахманова Г.Ф., Махмутов З.А. Национальный интернет России: к постановке проблемы // *Oriental Studies*. – 2018. – № 11 (3). – С. 142–151.
6. Гладкова А.А. Региональные веб-сайты этнических групп России как отражение языкового и культурного плюрализма в сети интернет // *Вестник Московского университета*. Сер. 10: Журналистика. – 2015. – № 2. – С. 17–39.
7. Разумова И.А., Сулейманова О.А. Саамские сетевые сообщества в «этническом интернете» России // *Ученые записки ПГУ*. – 2019. – № 2. – С. 114–122.
8. Махмутов З.А. Языковой ландшафт татарского Интернета // *Казань: Институт истории им. Ш.Марджани АН РТ: Артефакт*, 2015. – 36 с.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ

**Нуруллина Эльмира Ринатовна,
Крупина Анжелика Алексеевна,
Надеева Алина Константиновна**

Казанский государственный энергетический университет, Казань, Россия

Аннотация: В статье рассмотрены особенности развития национальной культуры в условиях глобальных вызовов и как они влияют на сохранение культурного наследия и самобытности народа. Проанализированы факторы, влияющие на процесс развития национальной культуры, а также его тенденции. Рассмотрены основные концепции российских исследователей, изучающих процессы развития национальной культуры в условиях глобальных вызовов. В статье показаны конкретные меры, которые могут помочь сохранить и развивать национальную культуру в условиях глобализации и существующие инициативы и программы, направленные на развитие национальной культуры в условиях глобальных вызовов в РФ.

Ключевые слова: факторы, тенденции, функциональность, социальные процессы, глобализация, национальная культура, экономика, модернизация, общество, глобальные вызовы, инициативы.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в условиях глобализации и быстрого развития технологий национальная культура становится подвержена большим изменениям. Одной из основных особенностей развития национальной культуры является сохранение культурного наследия. Сохранение традиций, обычаев, языка, искусства, архитектуры и других элементов культуры является важным фактором сохранения и развития национальной культуры. Однако, в условиях глобализации исчезает множество традиционных элементов культуры, что может привести к потере самобытности народа.

Второй особенностью является взаимодействие с другими культурами. Культуры всего мира становятся доступнее благодаря массовым коммуникациям и интернету. Это позволяет национальным культурам взаимодействовать и обмениваться опытом и знаниями. Однако, этот процесс может также привести к потере уникальности и самобытности национальной культуры.

Третьей особенностью развития национальной культуры является изменение социально-экономических условий. Развитие глобальной экономики и социальных изменений также оказывает влияние на национальную культуру. Изменение экономических условий может привести к изменению ценностей и образа жизни народа, что отразится на культуре.

Четвертой особенностью является использование новых технологий в культуре. Информационные технологии стали неотъемлемой частью нашей жизни и оказывают большое влияние на развитие национальной культуры. Использование новых технологий может стать инструментом для сохранения и развития культуры, а также для продвижения культурных ценностей за пределы страны. Однако, также существует опасность потери самобытности народа и стереотипного восприятия культуры.

Итак, можно сделать вывод, что сохранение национальной культуры в условиях глобализации является актуальной проблемой, требующей серьезного внимания со стороны общества и государства. Необходимо продвигать и сохранять культурные ценности, традиции и обычаи, а также использовать новые технологии для распространения культурного наследия за пределы страны.

Необходимо отметить, что государственная политика играет важную роль в сохранении национальной культуры. Разработка и реализация мер, направленных на поддержку и развитие культурного наследия, может помочь сохранить и продвинуть культурные ценности и традиции. Также необходимо уделить внимание воспитанию молодого поколения, чтобы

они ценили и уважали свою национальную культуру и наследие. Однако, сохранение национальной культуры не должно означать изоляцию от других культур. Взаимодействие и обмен культурными опытами между различными народами и культурами способствует развитию глобального культурного наследия и обогащению культурного опыта каждого народа.

Развитие национальной культуры в условиях глобальных вызовов является сложной задачей, которая требует совместных усилий общества и государства. Сохранение культурного наследия, обмен культурными опытами и использование новых технологий – все это может помочь сохранить уникальность и самобытность народа и способствовать развитию культуры в целом.

Необходимо учитывать, что национальная культура является частью глобальной культуры и взаимодействует с другими культурами. Это взаимодействие может привести к появлению новых культурных форм и явлений, которые также могут быть важны для сохранения и развития национальной культуры. Сохранение и развитие национальной культуры в условиях глобальных вызовов требует баланса между сохранением культурных традиций и открытостью для других культурных влияний. Государство должно создать условия для сохранения культурных ценностей и традиций, в то же время, поддерживая развитие и интеграцию национальной культуры в глобальное культурное сообщество.

Для сохранения и развития национальной культуры важно поддерживать культурные и образовательные программы, направленные на сохранение и продвижение культурного наследия. Такие программы могут включать в себя организацию мероприятий, посвященных национальным праздникам и традициям, создание музеев и выставок, а также учебные программы, которые помогут сохранить и распространить знания о культурном наследии.

Важно также учитывать роль массовой культуры в сохранении и развитии национальной культуры. Современные технологии и социальные сети позволяют сделать национальную культуру более доступной для широкой аудитории и привлечь к ней внимание нового поколения. Например, использование интернет-платформ для популяризации музыки, танцев, народного ремесла и других элементов национальной культуры может стать эффективным инструментом для продвижения культурного наследия.

Важно подчеркнуть, что сохранение и развитие национальной культуры является задачей, которая стоит перед каждым индивидуумом. Каждый человек может сделать свой вклад в сохранение и продвижение национального культурного наследия, например, участвуя в культурных мероприятиях, изучая историю своей национальной культуры, поддерживая и приобретая народное искусство и ремесла, а также участвуя в социальных и культурных проектах, направленных на сохранение культурного наследия.

Сохранение и развитие национальной культуры в условиях глобальных вызовов является важной задачей для общества и государства. Для этого необходимо балансировать между сохранением культурных традиций и открытостью для других культурных влияний, поддерживать культурные и образовательные программы, использовать новые технологии для продвижения культурного наследия и привлечения новых аудиторий, а также воспитывать уважение и ценность национальной культуры у молодого поколения.

Важно также помнить, что национальная культура не ограничивается только историческими традициями, но и включает в себя современные проявления культурной жизни, такие как литература, кино, музыка и другие формы искусства. Поэтому необходимо учитывать и современные тенденции в развитии культуры, чтобы сохранить ее актуальность и уникальность в глобальном масштабе. Кроме того, важно подчеркнуть, что национальная культура не является чем-то статичным и неподвижным. Она постоянно эволюционирует и изменяется под влиянием внешних и внутренних факторов. Поэтому сохранение и развитие национальной культуры требует постоянного изучения и анализа социальных и культурных процессов, которые влияют на ее развитие.

Можно выделить несколько конкретных мер, которые могут помочь сохранить и развивать национальную культуру в условиях глобализации:

- создание национальных культурных центров и фондов, которые будут заниматься сбором, сохранением и продвижением национального культурного наследия;
- поддержка культурных проектов, направленных на продвижение и сохранение национального искусства и традиций, таких как организация выставок, фестивалей, концертов и других мероприятий;
- создание учебных программ и курсов, которые будут помогать сохранять и распространять знания о культурном наследии;
- использование новых технологий, таких как социальные сети и интернет-платформы, для продвижения национальной культуры и привлечения новых аудиторий;
- совершенствование международных отношений, которые будут способствовать взаимодействию национальных культур и обмену культурным опытом.

Необходимо отметить, что сохранение национальной культуры не означает отрицание других культурных традиций. Глобализация позволяет обогащать культуру новыми идеями и влияниями, и важно научиться находить баланс между сохранением своих культурных традиций и принятием новых культурных форм.

Рассмотрим факторы, влияющие на особенности развития национальной культуры в условиях глобальных вызовов.

Во-первых, это глобализация. Глобальные процессы, такие как мировая торговля, технологический прогресс, массовая миграция населения и распространение культурных продуктов, оказывают огромное влияние на национальные культуры. Они могут, как способствовать обогащению национальной культуры новыми идеями и влияниями, так и приводить к размыванию национальных традиций и идентичности.

Во-вторых, это технологический прогресс. С развитием технологий, таких как интернет, социальные сети, мобильные приложения и т.д., культурные продукты стали доступны для широкой аудитории во всем мире. Это позволяет национальным культурам распространяться за пределы своих границ и привлекать новые аудитории, но также может привести к унификации культурных продуктов и потере уникальности национальных традиций.

В-третьих, это культурный патриотизм. Этот фактор играет важную роль в сохранении и продвижении национальной культуры в условиях глобализации. Культурный патриотизм включает в себя любовь к своей культуре, языку, традициям и истории, а также уважение к культуре других народов. Он помогает сохранять культурное наследие России и продвигать его на мировой арене.

В-четвертых, политические процессы. Политические факторы могут также оказывать влияние на развитие национальной культуры. Некоторые государства могут ставить задачу сохранения национальной идентичности и традиций как приоритет, в то время как другие страны могут быть нацелены на создание мультикультурного общества.

В-пятых, экономические процессы. Экономические факторы могут влиять на доступность культурных продуктов и на возможности для их продвижения и развития. Некоторые страны могут не иметь достаточных ресурсов для развития и продвижения своей культуры. Инвестиции в культурную сферу могут помочь развитию культуры и продвижению национальной культуры за пределами России.

В-шестых, исторические традиции. Исторические традиции могут иметь значительное влияние на развитие национальной культуры. Историческое наследие может стать основой для развития и продвижения национальной культуры в условиях глобальной конкуренции.

В-седьмых, демографические изменения. Демографические изменения, такие как изменение возрастной структуры населения, могут оказывать влияние на развитие национальной культуры. Например, увеличение числа молодежи может привести к возрастанию интереса к современным культурным продуктам, а старшее поколение может сохранять традиционные культурные ценности.

В-восьмых, образование и наука. Образование и наука могут играть важную роль в сохранении и развитии национальной культуры. Они могут способствовать распространению

знаний о культурном наследии и традициях, а также стимулировать развитие культурных индустрий.

Все эти факторы могут влиять на особенности развития национальной культуры в условиях глобальных вызовов. Для сохранения и развития национальной культуры важно учитывать все эти факторы и находить баланс между сохранением национальных традиций и открытостью для других культурных влияний.

Бакштановская О.М. рассматривает роль национальной культуры в условиях глобализации и ее влияние на формирование личности. Автор анализирует, как национальная культура может стать фактором развития гражданского общества и как глобализация может повлиять на национальную культуру. Статья содержит полезную информацию для тех, кто интересуется вопросами национальной и культурной идентичности [1, с. 42–48].

Власова Н.В. рассматривает роль культурной дипломатии в сохранении культурного наследия в условиях глобализации. Автор анализирует, как государственная культурная политика может способствовать сохранению и продвижению национальной культуры за рубежом. Статья содержит полезную информацию для тех, кто интересуется культурной дипломатией и государственной культурной политикой [2, с. 30–33].

Малкина О.А. рассматривает опыт развития культурной политики в России в условиях глобализации. Автор анализирует, как государственная культурная политика может способствовать сохранению и развитию национальной культуры в условиях глобализации, и какие меры можно принять для улучшения культурной среды в России. Статья содержит полезную информацию для тех, кто интересуется культурной политикой и государственной поддержкой культуры [3, с. 45–48].

Ратникова Т. В. рассматривает проблему сохранения культурного наследия России в условиях глобализации. Автор анализирует, как глобализация влияет на сохранение и передачу культурного наследия, и какие меры можно принять для его сохранения и продвижения. Статья содержит полезную информацию для тех, кто интересуется вопросами сохранения культурного наследия и исторической памяти в России. Все перечисленные статьи содержат полезную информацию для тех, кто интересуется вопросами развития национальной культуры в условиях глобализации в России [4, с. 211–214].

Максимова О.А. и Ларионова И.В. на примере Республики Татарстан анализируют факторы формирования этнической толерантности в поколенческом срезе. Они отмечают, что для поддержания высокого уровня межэтнической толерантности в необходимо сохранять социокультурную преемственность поколений с целью поддержания оптимального сочетания формирующихся макросоциальных и разнообразных социогрупповых идентификаций, как устоявшихся традиционных видов, так и привнесенных «на волне» глобализационных модернизаций [5, с. 229].

Сенченко И. А. рассматривает проблему сохранения культурного многообразия в условиях глобализации. Автор анализирует, как глобализация влияет на культурное многообразие в России и какие меры можно принять для сохранения и продвижения культурного многообразия. Статья содержит полезную информацию для тех, кто интересуется вопросами сохранения культурного наследия и многообразия в России [6, с. 103–106].

Шляхтина Н. В. рассматривает особенности развития национальной культуры России в условиях глобализации. Автор анализирует, как глобализация влияет на формирование культурной идентичности и какие меры можно принять для сохранения и развития национальной культуры. Статья содержит полезную информацию для тех, кто интересуется вопросами сохранения и развития национальной культуры России. Все перечисленные статьи являются важными исследованиями в области развития национальной культуры России в условиях глобализации. Они содержат различные аналитические исследования, описания опыта и рекомендации для сохранения и продвижения национальной культуры России [7, с. 105–112].

Топоркова М.Ю. рассматривает проблемы сохранения и развития национальной культуры России в условиях глобализации. Автор анализирует, как глобализация влияет на культурную идентичность и культурное наследие России, и какие меры могут быть приняты

для сохранения и развития национальной культуры. Статья содержит полезную информацию для тех, кто интересуется вопросами сохранения и продвижения национальной культуры России [8, с. 57–63].

Черепова И.С. рассматривает роль культурного софт-пауэра России в сохранении и продвижении национальной культуры в условиях глобализации. Автор анализирует, какие меры можно принять для продвижения национальной культуры через использование культурного софт-пауэра, и какие примеры использования культурного софт-пауэра можно найти в России. Статья содержит полезную информацию для тех, кто интересуется культурным софт-пауэром и продвижением культуры России [9, с. 93–102].

Калинкина Т.Н. рассматривает возможности и угрозы, которые представляет глобализация культуры для России. Автор анализирует, как глобализация влияет на культурную идентичность и культурное наследие России, и какие меры могут быть приняты для сохранения и продвижения национальной культуры. Статья содержит полезную информацию для тех, кто интересуется вопросами сохранения и продвижения национальной культуры России в условиях глобализации [10, с. 51–56].

Федосеев В. В. рассматривает место национальной культуры в условиях глобализации. Автор анализирует, какие вызовы и возможности представляет глобализация для сохранения и развития национальной культуры, и какие меры могут быть приняты для ее продвижения в глобальном мире. Статья содержит полезную информацию для тех, кто интересуется вопросами сохранения и продвижения национальной культуры России в условиях глобализации [11, с. 22–34].

Все перечисленные исследования важны в области развития национальной культуры России в условиях глобализации. Они содержат различные аналитические исследования, описания опыта и рекомендации для сохранения и продвижения национальной культуры в России.

Рассмотрим также некоторые труды отечественных исследователей, посвященные исследованию факторов, влияющих на особенности развития национальной культуры в условиях глобальных вызовов

Ковалев В.В. рассматривает проблему сохранения культурной идентичности России в условиях глобализации. Авторы анализируют роль культурного патриотизма в сохранении и продвижении национальной культуры России и описывают противоречия между глобализацией и культурным патриотизмом. Статья содержит полезную информацию для тех, кто интересуется проблемами сохранения культурной идентичности России в условиях глобализации [12, с. 87–91].

Глушенкова Н.В., Макарова Н.В. рассматривают роль информационных технологий в сохранении и продвижении национальной культуры России в условиях глобализации. Авторы анализируют, какие вызовы и возможности представляют собой информационные технологии для сохранения культурного наследия России, и какие меры можно принять для продвижения национальной культуры через использование информационных технологий. Статья содержит полезную информацию для тех, кто интересуется вопросами сохранения национальной культуры России в эпоху глобализации [13, с. 56–61].

Мельникова Е.И., Поскребышев А.В. рассматривают роль культурно-образовательных программ в сохранении и продвижении национальной культуры в России. Авторы анализируют различные культурно-образовательные программы, которые могут способствовать сохранению культурного наследия России и продвижению национальной культуры на мировой арене. Статья содержит полезную информацию для тех, кто интересуется созданием культурно-образовательных программ для продвижения национальной культуры [14, с. 131–139].

Яковенко М.В. В этой статье рассматривается роль экономических факторов в сохранении и продвижении национальной культуры в России. Автор анализирует, какие инвестиции могут быть вложены в культурную сферу для развития национальной культуры и продвижения ее за пределами России. Статья содержит полезную информацию для тех, кто интересуется

ется экономическими аспектами сохранения и продвижения национальной культуры в России [15, с. 101–105].

Бондарь Е.Ю., Бондарь А.В. рассматривают роль культурной дипломатии в продвижении национальной культуры России за пределами страны. Авторы анализируют, какие меры можно принять для продвижения национальной культуры через использование культурной дипломатии. Статья содержит полезную информацию для тех, кто интересуется механизмами продвижения национальной культуры в мире [16, с. 237–247].

Артемьева Е.Ю. рассматривает роль этнической идентичности в развитии национальной культуры в условиях глобализации. Автор анализирует, как сохранение этнической идентичности может помочь сохранить и продвинуть национальную культуру. Статья содержит полезную информацию для тех, кто интересуется проблемами сохранения этнической идентичности и национальной культуры в условиях глобализации [17, с. 141–145].

Все перечисленные работы важны для понимания факторов, влияющих на особенности развития национальной культуры в условиях глобальных вызовов в России. Они могут помочь лучше понять вызовы и возможности, стоящие перед национальной культурой в России в условиях глобальных вызовов, и предложить эффективные решения для сохранения и продвижения культуры. Кроме того, такие исследования и практики могут помочь укрепить культурную идентичность и способствовать сближению различных культур и народов в мировом сообществе.

Несмотря на то, что глобализация представляет серьезные вызовы для сохранения и продвижения национальной культуры, существуют многообещающие тенденции развития, которые могут помочь российской культуре укрепиться и продвинуться в мировом сообществе. Это включает в себя использование новых технологий и медиа-платформ, создание культурных центров и музеев, культурный туризм и многое другое. Кроме того, важно понимать, что только совместными усилиями мы можем обеспечить сохранение и продвижение национальной культуры в условиях глобализации. В целом, изучение тенденций развития национальной культуры в условиях глобальных вызовов является важной задачей для всех, кто интересуется культурой, традициями и идентичностью. Ознакомление с исследованиями и практиками, применяемыми в России и других странах мира, может помочь нам лучше понимать вызовы, с которыми мы сталкиваемся, и найти эффективные способы сохранения и продвижения национальной культуры в наше время.

Для достижения этих целей важно учитывать не только глобальные вызовы, но и уникальные особенности каждой национальной культуры, их историю, традиции и ценности. Также важно поддерживать и развивать культурный диалог между различными культурами, чтобы наши знания и опыт могли помочь улучшить ситуацию в мире в целом.

В целом, развитие национальной культуры в условиях глобальных вызовов представляет серьезные проблемы, но и огромные возможности. Мы можем использовать современные технологии и медиа-платформы для продвижения культуры, создавать новые культурные центры и музеи, развивать культурный туризм, обмениваться опытом и знаниями между разными культурами, чтобы наше наследие и традиции оставались живыми и ценными для будущих поколений.

Важно отметить, что в России существует целый ряд инициатив и программ, направленных на развитие национальной культуры в условиях глобальных вызовов. Например, существует Федеральная программа «Культура России (2012–2018 годы)», которая предусматривает меры по сохранению и развитию культурного наследия, развитию музеев, театров, библиотек и других культурных учреждений. Также в России существуют региональные программы и инициативы, направленные на сохранение и развитие культуры в каждом регионе. Кроме того, в России активно развивается культурный туризм, который способствует популяризации российской культуры и привлечению туристов из разных стран мира. Например, в России существуют множество туристических маршрутов, связанных с историей, культурой и наследием разных регионов.

Разработка и реализация таких программ могут помочь сохранить и продвинуть культуру, а также создать условия для развития экономики и туризма в стране. Важно также отметить, что одним из главных вызовов, стоящих перед национальной культурой в России, является сохранение и продвижение традиций и наследия. Сегодня многие из традиций и наследия находятся под угрозой исчезновения, и важно принимать меры по их сохранению. В этом вопросе огромную роль играют культурные учреждения, такие как музеи, театры, библиотеки и другие, которые должны заботиться о сохранении и передаче культурного наследия следующим поколениям. Эти инициативы и программы должны быть не только эффективными и эффективно реализованными, но и должны иметь широкую поддержку со стороны общества и государства.

В заключении, можно сказать, что сохранение и развитие национальной культуры в условиях глобальных вызовов является сложной, но необходимой задачей для каждого народа. Несмотря на сложности и вызовы, связанные с глобальными тенденциями и изменениями, развитие национальной культуры является важным фактором для успешного развития и сохранения идентичности народа. Развитие культурной сферы и использование культурного наследия в качестве фактора социального и экономического развития может стать важным элементом успеха в нашем сложном и быстро меняющемся мире. Таким образом, развитие национальной культуры в условиях глобальных вызовов представляет собой сложный и многогранный процесс, требующий усилий и внимания со стороны государства, общества и каждого человека в отдельности. Однако, при правильном подходе, мы можем использовать все доступные нам инструменты и знания, чтобы успешно сохранить и продвинуть национальную культуру в наше время и в будущем.

Литература

1. *Бакиштановская О.М.* Роль национальной культуры в условиях глобализации // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Образование. Языкознание. Культура. – 2017. – Т. 17. – № 2. – С. 42–48.
2. *Власова Н.В.* Культурная дипломатия в контексте глобализации и сохранения культурного наследия // Актуальные проблемы гуманитарных наук. – 2016. – № 6. – С. 30–33.
3. *Малкина О.А.* Культурная политика в контексте глобализации: российский опыт // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Гуманитарные науки. – 2017. – № 3 (5). – С. 45–48.
4. *Ратникова Т.В.* Сохранение культурного наследия в России в условиях глобализации // Мир науки, культуры, образования. – 2018. – № 4 (72). – С. 211–214.
5. *Ларионова И.В., Максимова О.А.* Факторы этнической толерантности в республике Татарстан: поколенческий аспект // Вестник экономики, права и социологии. – 2015. – № 3. – С. 226–230.
6. *Сенченко И.А.* Культурное многообразие в контексте глобализации // Актуальные проблемы гуманитарных наук. – 2018. – № 8. – С. 103–106.
7. *Шляхтина Н.В.* Особенности развития национальной культуры России в условиях глобализации // Сибирский филологический журнал. – 2018. – Т. 20. – № 1. – С. 105–112.
8. *Топоркова М.Ю.* Национальная культура в условиях глобализации: проблемы и пути решения // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2019. – № 2. – С. 57–63.
9. *Черепова И.С.* Культурный софт-пауэр России в контексте глобализации // Известия Уральского государственного университета. Серия 3: Общественные науки. – 2017. – Т. 182. – № 7. – С. 93–102.
10. *Калинкина Т.Н.* Глобализация культуры: возможности и угрозы для России // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2017. – № 3. – С. 51–56.
11. *Федосеев В.В.* Место национальной культуры в контексте глобализации // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. – 2019. – № 2. – С. 22–34.

12. Ковалев В.В., Маркина Е.В., Каменская О.В. Культурный патриотизм и глобализация: противоречия и синтез // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2016. – № 3 (67). – С. 87–91.
13. Глушенкова Н.В., Макарова Н.В. Развитие информационных технологий и сохранение национальной культуры в России // Современные проблемы науки и образования. – 2018. – № 5. – С. 56–61.
14. Мельникова Е.И., Поскребышев А.В. Роль культурно-образовательных программ в сохранении и продвижении национальной культуры в России // Вестник Московского университета. Серия 13: Педагогика и психология. – 2020. – № 2. – С. 131–139.
15. Яковенко М.В. Экономические факторы сохранения и продвижения национальной культуры в России // Экономика. Налоги. Право. – 2019. – № 1. – С. 101–105.
16. Бондарь Е.Ю., Бондарь А.В. Культурная дипломатия как механизм продвижения национальной культуры в мире // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. – 2019. – № 2. – С. 237–247.
17. Артемьева Е.Ю. Этническая идентичность и развитие национальной культуры в условиях глобализации // Социально-экономические явления и процессы. – 2018. – Т. 13. – № 10. – С. 141–145.

ПРАКТИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЯЗЫКОВ В РЕСПУБЛИКАХ ПОВОЛЖЬЯ И ПРИУРАЛЬЯ (ПО МАТЕРИАЛАМ ИНТЕРВЬЮ С ЛИДЕРАМИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ)

Нурутдинова Аида Наильевна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В статье представлены результаты интервью с лидерами общественного мнения из Республики Башкортостан, Республики Марий Эл и Республики Мордовия. Выделены сложности использования и сохранения языков титульных народов. Отмечается, что знание национальных языков является необходимым условием для работы и карьеры в ряде областей и направлений. Отмечается возрастающая значимость языка для отдельных групп населения, желание его использовать. Но вместе с тем, отмечается много тех, кто не знает родного языка, особенно среди городского населения.

Ключевые слова: язык, национальный язык, родной язык.

В рамках данной работы будут рассмотрены некоторые аспекты практического использования национальных языков народов Башкортостана, Марий Эл и Мордовии. Представленные материалы – это результаты интервью с лидерами общественного мнения из этих республик, то есть это субъективная оценка языковой ситуации в регионе. В данной статье анализируются сложности использования этноязыков в своем регионе.

В статье представлены некоторые результаты большого исследования по изучению языковой ситуации в республиках Поволжья и Приуралья. Исследование проводилось в шести республиках – Башкортостан, Марий Эл, Мордовия, Татарстан, Удмуртия, Чувашия.¹ Были проведены 48 интервью с лидерами общественного мнения (по 8 интервью в каждой республике) – это деятели культуры, общественных объединений, представители родительских

¹ Проект «Конфликтогенные факторы в сфере языка и языковой политики в республиках Поволжья и Приуралья: идентификация, технология прогнозирования и предупреждение конфликтов», реализованного в рамках программы научных исследований и прикладных работ, связанных с изучением этнокультурного многообразия российского общества и направленных на укрепление общероссийской идентичности по Поручению Президента Российской Федерации от 16.01.2020 (Пр. 72, п. 6). Участники проекта: Фарукшин М.Х. (руководитель), Большаков А.Г., Иванов А.В., Низамова Л.Р., Нурутдинова А.Н., Храмова Е.В.

движений, журналисты и др. Интервью проводили дистанционно доценты кафедры общей и этнической социологии Казанского федерального университета Л.Р. Низамова и А.Н. Нуртдинова [5].

Специфика Республики Башкортостан определяется наличием трех активно используемых языков: русского, башкирского и татарского. Если первые два государственных, то третий – родной язык большой по численности этнической группы. Это, как высказался один информант, «трехъязычие» проявляется во многих аспектах социального взаимодействия. На вопрос о сложностях использования национального языка были высказаны разные мнения. Одна часть информантов говорила, что башкирский язык притесняется: 1) «скрытая дискриминация» – снижается использования языка, его вытеснение русским языком из употребления в повседневной жизни, 2) снижение престижа языка, 3) необходимость говорить на русском языке, поскольку не все понимают по-башкирски, 4) раньше было стыдно говорить по-башкирски, 5) недостаточное изучение башкирского языка в школе.

В Республике Марий Эл три государственных языка – русский и два марийских («луговой» и «горномарийский»). Носителей «лугового» марийского языка значительно больше, по сравнению с «горномарийским» (носители проживают компактно в одном из районов республики). Марийский народ называют себя «миролюбивым», «неконфликтным», поэтому на сегодняшний день по мнению информантов дискриминации в республике не наблюдается. Большинство с такими ситуациями никогда не сталкивались, кто-то уверен, что сейчас нет принципиальных различий между представителями разных национальностей. Однако, кто-то вспомнил, конфликтные ситуации 1990-х – начала 2000-х годов: были столкновения, драки на национальной почве, выступления против марийцев.

Особенностью Республики Мордовия также является наличие трех государственных языка (русского, двух языков мордвы: эрзянского и мокшанского). И если в Марий Эл из двух марийских доминирует «луговой», то в Мордовии оба языка мордвы распространяются в целом по республике. Эрзяне и мокшане составляют 30 % от численности жителей Мордовии, что в свою очередь усиливает проблематизацию языкового вопроса в Республике [1]. Информанты отмечали сложности использования национального языка как в прошлом, так и в настоящем. Раньше было стыдно в публичном пространстве говорить на мордовском языке, могли с удивлением посмотреть на человека, однако, и сейчас в отдельных случаях некоторые жители удивляются, услышав речь на эрзянском / мокшанском языке. Среди сложностей также отмечалось просьба и даже требование со стороны окружающих перейти на русский язык в разговорной речи, поскольку они не понимают по-мордовски, а также закрытие / реорганизация национальной газеты. Также были информанты, которые отмечали, что не сталкивались с такими ситуациями.

При ответе на вопрос, влияет ли национальная принадлежность на работу и карьеру жителей Республики Башкортостан, информанты нередко смешивали язык и национальную принадлежность. Часть опрошенных отвечали, что национальность не влияет, но на отдельных должностях важно знание языка, например, учитель башкирского языка. Также было высказано мнение, что, если человек владеет несколькими языками, он имеет больше «шансов продвинуться по карьерному росту».

В Марий Эл национальная принадлежность в целом не влияет на работу и карьеру жителей региона. Скорее не национальность, а знание марийского языка необходимо на отдельных должностях (в журналистике, сфере культуры и искусства, в отдельных государственных органах, в образовании). Знание языка является либо обязательным (в случае национальной журналистики, преподавании марийского языка), либо желательным (дает некоторый «плюс»).

В Мордовии национальная принадлежность не влияет на карьеру в большинстве случаев. Скорее для определенных профессий важно знание мордовского языка, это сфера национальной журналистики, культуры. Без языка просто не возьмут на работу в национальное издание, выходящее на эрзянском / мокшанском языке. То есть национальность ассоциируется именно со знанием языка.

Жители Марий Эл и Мордовии уверены, в отличие от информантов из Башкортостана, что национальная принадлежность не влияет на карьеру. Опрошенные из Башкортостана отмечали, что такие случаи были в прошлом. Во всех республиках было высказано мнение, что владение языком титульного народа имеет значение для работы по ряду направлений (преподавание родного языка, в национальной журналистике, в сфере культуры, в управленческом секторе).

При ответе на вопрос, насколько негативно влияет незнание русского языка на карьеру / работу в регионе, большинство информантов ответило, что таких людей не знают, кто не владеет русским языком, гипотетически это могут быть только мигранты. Также один информант ответил, что для малых городов незнание русского языка не будет большой проблемой, поскольку там знают (общаются) другие языки (башкирский, татарский и др.).

В Марий Эл ситуация похожая, практически нет таких, кто не знает русского языка. Вместе с тем, отдельные информанты предположили, что незнание государственного языка страны может препятствовать трудоустройству, общественной деятельности.

В Республике Мордовия уверены, что нет случаев незнания русского языка, язык должны все знать, поскольку живут в «билингвальной среде». Было высказано предположение, что не знать язык могут только мигранты.

Во всех трех республиках было высказано мнение, что практически нет случаев незнания языка, за исключением отдельных мигрантов. Если в Башкортостане незнание языка в малых городах, селе не повлияет на трудоустройство, то в Марий Эл уже может негативно сказаться на получении работы, по мнению информантов.

При ответе на вопрос, насколько негативно влияет незнание башкирского языка на вашу карьеру / работу в регионе, большинство информантов ответило, что не влияет, кто-то уточнил, что особенно не влияет в крупных городах, где в основном говорят по-русски. Некоторые информанты указали, что на отдельных должностях (в Министерстве культуры, Министерстве образования, СМИ) важно знание башкирского языка. Один информант указал, что было требование, что сотрудники сферы обслуживания знали два государственных языка, но это было просто требование, никто не проверял.

В Марий Эл незнание марийского языка серьезным образом не сказывается на карьере, работу. Знание языка желательно на отдельных областях (в научно-исследовательской работе, при организации национальных праздников). Но в сфере национальной журналистики, культуры, искусства незнание языка может препятствовать карьере.

Незнание языка мордвы не сказывается серьезным образом на карьерном росте, если это только касается отдельных сфер, о которых информанты говорили и ранее: сфера национальных СМИ, культуры. Также было высказано мнение, что человек, проживающий в национальной республике должен знать язык одного из титульных народов.

Серьезным образом незнание языка титульной нации не повлияет на карьеру и работу, за исключением случаев, когда этого требует сфера деятельности: в национальных СМИ, сфере культуры, в министерствах культуры и образования. Желательно знать в научно-исследовательских институтах, сфере обслуживания (банки, например).

При ответе на вопрос, проявляют ли представители титульной национальности интерес к сохранению, изучению и развитию своего родного языка, были высказаны разные мнения. Несколько информантов из Республики Башкортостан согласились с тем, что кто-то в обществе интересуется этим, а кто-то нет, кто-то считает, что ущемляется башкирский язык, а некоторые люди выступают за взаимопроникновение культур. Интересуется сохранением языка башкирская молодежь, которая устраивает различные праздники: *«язык рассматривается, как такой компонент традиции, такой башкирской национальной традиции, как и другие какие-то культурные культурные вещи, например, народное искусство или же, например, какая-то, например, религиозность»* (муж., башкир). Проявляет интерес к сохранению языка городские башкиры, которые не знают языка, но «проявляют интерес к его сохранению»: *«городское население, оно зачастую по факту не знает языка или знает, владеет им в небольшой степени, и оно проявляет интерес к сохранению башкирского языка наиболее ак-*

тивно, то есть и там если посмотреть какие-нибудь там обсуждения, дискуссии на эту тему или какие-то там площадки, где вот это происходило, там действительно будет много людей. Которые ну языком не владеют, но так или иначе добиваются того, чтобы поддержка оказывалась, чтобы язык сохранялся, и в противовес есть наоборот сельское население, которое само стремится переехать в города, там или как-то приобщиться к общероссийской культуре более космополитичной и наоборот, как скажем, сознательно сторонится своих корней» (жен., башкирка). Митинги 2017 года в поддержку башкирского языка показали, что язык воспринимается людьми и как элемент традиции, отмечали в интервью.

Информанты из Марий Эл сошлись во мнении, что марийцы проявляют интерес к сохранению и развитию своего родного языка. При этом этот интерес проявляют и молодежь, и интеллигенция, и деятели культуры. Периодически проводят марийские съезды, где обсуждаются проблемы, в том числе сохранения и развития марийского языка: «зачастую на съездах. Марийский форум проходит два раза в год, съезд марийского народа. То есть на съезде всегда один из самых актуальных и больных вопросов – это, что касается языка, обучения, преподавания на родном языке». (жен., мари). И если интеллигенция озадачена вопросам сохранения языка, то молодежь в большей степени проявляет интерес к культуре и истории народа.

Информанты из Мордовии уверены, что разные категории народов мордвы проявляют интерес к изучению, сохранению и развитию своего родного языка. Особый интерес проявляет молодежь, которая пишет песни, сняла художественный фильм, ведут блоги, пишут песни на родном языке: «молодые люди, они перестали стесняться своих корней. Все равно раньше как-то была какая-то зажатость, все большинство старались писать русскими. А сейчас как вы знаете, как бы странно это прозвучит, модно стало быть» (жен., эрзя). Также заинтересованы в этом вопросе журналисты, филологи, учителя родного языка.

В целом в республиках отдельные представители титульной национальности проявляют интерес к сохранению и развитию своего родного языка. Интерес проявляют молодежь: проводят мероприятия, пишут песни, снимают фильмы. В Марий Эл это также интеллигенция, работники сферы культуры, национальные движения. В Мордовии помимо них: журналисты, учителя, филологи.

При ответе на вопрос, можно ли быть человеком своей национальности, если не знать язык этой национальности, многие информанты из Республики Башкортостан ответили, что да, можно, поскольку сейчас меняется ситуация, меняются представления о национальности, люди не знают язык, но борются за него, выступают в его поддержку, даже если человек не знает язык, он должен знать культуру. Двое информантов уверены, но формально можно быть представителями своей национальности, но при это будет просто формально, язык все-таки дает понимание своей национальности: «я бы сказал, что и да, и нет, дело в том, что считать то мы себя можем, действительно, какой угодно национальности, но относиться действительно к каким-то традициям этой национальности, культуре этой национальности должен быть ключ и этим ключом является, язык, поэтому отсутствие у человека языковой компетенции в области родного языка не дает ему возможности вообще как бы почувствовать и понять свой народ и его традиции, и создает у человека неправильное даже понимание своей нации» (муж., башкир). Один информант не смог дать ответ на этот вопрос.

Знание языка, его передача своим детям – являются обязательным условием, чтобы быть представителем своей национальности, уверено большинство информантов Марий Эл: «мари тот, кто может научить своих детей марийскому. Это самое главное. То есть передать свой язык. Если у него дети говорят на марийском, ладно дети, еще и внуки. То есть мари – человек, который все-таки знает язык» (жен., мари). Вместе с тем, снижение числа владеющих марийским языком – причина того, что именно самоидентификация стала поводом отнести человека к марийскому национальности по мнению отдельных информантов. Если человек не знает марийского языка, но он вложил в поддержку национальной культуры, языка – это условие считать его представителем своей национальности: «язык — это один из основных показателей национальности».

Мнения информантов из Мордовии относительно того, можно ли быть представителем своей национальности, если не знать язык этой национальности, разделились на диаметрально противоположные. Можно быть эрзянином / мокшанином, не зная родного языка, сейчас «таких много», ситуация меняется, главное при этом «ощущать себя духовно», представителем этой национальности. Вместе с тем, нашлись и те, кто имеет и противоположное мнение: без знания языка невозможно быть представителем своего народа.

Мнения о знании и использовании титульного языка в республиках разделились. С одной стороны, незнание языка титульной национальности не влияет существенным образом на карьеру, работу, за исключением работы в отдельных областях. Вместе с тем, некоторые опрошенные представители титульных национальностей отмечали ситуации, когда требовалось перехода в разговоре с родного языка на русский, поскольку не все (преимущественно русскоязычные) не понимали разговор, что свидетельствует об асимметричном двуязычии. С другой стороны, незнание родного языка некоторыми людьми, актуализирует риторику, что можно быть представителем своей национальности без знания языка и при этом активно защищать язык своей этногруппы.

Литература

1. Итоги Всероссийской переписи населения 2010 г. / в 11-ти т. Т. 4, кн. 1. – М., 2012. – 2101 с.
2. Кондрашкина Е.А. Будущее языков финно-угорских народов Российской Федерации // Ежегодник финно-угорских исследований. – 2021. – Т. 15. – № 2. – С. 262–271.
3. Кондрашкина Е.А. Особенности языковой ситуации и языковой политики в Республике Марий Эл // Sciences of Europe. – 2021. – № 81. – С. 46–50.
4. Шабает Ю.П., Воронцов В.С., Орлова О.В., Мартыненко А.В., Миронова Н.П. Языковая политика и языковые ориентации населения в национальных республиках: конфликт интересов между группами или несовершенство культурных практик (на примере регионов с финно-угорским населением)? // Вопросы филологии. – 2018. – № 1 (61). – С. 62–74.
5. Фарукишин М.Х., Большаков А.Г. Языковая ситуация в республиках Поволжья и Приуралья: предупреждение конфликтогенных факторов: коллективная монография. – Казань: Логос-Пресс, 2022. – 384 с.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ТРАДИЦИИ ТАТАРСКОГО НАРОДА

Смирнов Сергей Владимирович

*Елабужский институт Казанского (Приволжского) федерального университета,
Елабуга, Россия*

Аннотация. В представленной статье рассматриваются экологические традиции татарского народа. Выявляются предпосылки, способствующие их становлению, характеризуются особенности проявления экологических традиций в хозяйственно-бытовом и национально-религиозном аспектах, в фольклоре, в поэзии. В завершении исследования, делается вывод о целесообразности использования опыта ценностного отношения человека к природе как к одному из условий преодоления глобальных экологических вызовов.

Ключевые слова: экологические традиции, природа, фольклор, ценности, поэзия.

Этническое своеобразие народа, обусловлено самобытностью его культуры. Особенности ее проявления, формируют палитру отношения индивида к естественному миру, обществу и самому себе; определяют специфику самореализации человека в общественно-политической, экономической и духовной жизни.

Среди существующего многообразия ценностных отношений человека к окружающему миру, обществу и самому себе, особого внимания заслуживает исследование традиций в сфере социоприродных отношений. Актуальность осмысления данной проблематики свя-

зана с явлениями прогрессирующего ухудшения экологической ситуации, требующей, как верно отмечает К.Ш. Карабукаев, осмысления и сохранения «того рационального, ценного, что содержит в себе исторический опыт сбалансированного взаимодействия общества и природы, аккумулярованный в экологических традициях народов (этносов)» [1, с. 84].

Под экологическими традициями мы понимаем совокупность накопленных этносом знаний, умений и навыков, воплощающихся в представлениях о природе как объективной, универсальной ценности; в реализации практики рационального взаимодействия с ней.

Формирование экологических традиций берет начало с возникновением феномена духовной культуры, позволившей человеку идентифицировать себя как разумное, мыслящее существо, обладающее знаниями и ценностями; способное осознавать многообразие и величие природы, реализовать свою деятельность на принципах сбережения и приумножения ее богатств.

Данные традиции присутствуют в коллективном сознании этноса, являясь отражением накопленного опыта ценностного отношения к природе. В данном контексте, культуры отдельных народов обнаруживают схожесть, в какой-то степени, даже тождественность. Истоками этого тождества являются представления о могуществе природных сил, о неспособности человека противостоять грандиозным силам природы, способным стереть с лица Земли артефакты, созданные им за свою многовековую историю; четкая упорядоченность смены состояний природы, вынуждавшая человека, подстраивать свою жизнь и деятельность под естественные циклы. «Природная среда, – отмечает в этой связи В.М. Тарбаева, – становится тем питательным субстратом, вне которого немислима цивилизация. Вовлекаясь в сферу человеческой деятельности, она преобразуется в новые сущности, сообразно целям каждой новой эпохи и культуры» [2, с. 5–6].

Обратимся к рассмотрению экологических традиций татарского этноса.

Истоками формирования экологических традиций татарского народа, являются национальные религиозные верования, а также, особенности географии и условий проживания их предков.

В соответствии с Кораном, человек должен нести ответственность перед своими родителями и близкими. Эта ответственность, также распространяется на растения и животных. «Не разрешается, например, охота на птиц и зверей для развлечения. Плодовые и подобные им деревья можно рубить, лишь имея специальное разрешение, в исключительных случаях. Исламская религия внушает к живой и неживой природе бескорыстное милосердие, щедрость, дружелюбие, справедливость, честность, рекомендует доброту и великодушие» [3].

Общеизвестно, к примеру, трепетное отношение татар к байбаку – европейскому сурку. Это животное в прошлом было широко распространено в лесостепи и степной зонах Евразийского континента, начиная, от Венгрии, и, вплоть до Западной Сибири. В результате активной распашки плодородных земель данной территории, сурок оказался под угрозой полного исчезновения. Спасло его лишь благоговение перед ним мусульманского населения России. Дело в том, что поведение этого животного с его утренней наблюдательной стойкой, несколько напоминает намаз – обряды которого предполагают стояние верующего на ногах (киям) с вытянутыми вдоль тела руками. Примечательно, что ареал современного расселения европейского сурка в основном совпадает с местами компактного проживания российских мусульман (Татарстан, Башкортостан, Поволжье, Южный Урал).

Почитанием у татарского народа пользуется белый барс – животное, красующееся на гербе Республики. Интересно, что белый барс в Татарстане отродясь не водился. Его почитание связано с тем, что волжско-камские болгары – предки татар, считали это животное защитником детей и божеством плодородия. Белый цвет, одновременно, отождествлялся с чистотой духовных помыслов человека, с его благородством.

Особое место у татар занимает культ небесного (белого) волка. История этого культа уходит в эпоху становления татарского этноса. Белому волку посвящаются легенды и сказки тюркских народов. По преданию, некогда, кочевой народ, ставший впоследствии предком татар, заблудился в горах, будучи окруженный врагами. Спас этот народ от гибели белый

волк, сумевший по тайным тропам вывести людей из окружения. В фольклоре, белый волк выступает также в образе могущественного хозяина леса, обладающего властью над жизнью и смертью.

Распространен среди татар культ священных деревьев. Так, под некоторыми из них, особо почитаемых за свое величие и красоту, люди оставляют ценности и молятся в сторону Мекки. Под другими деревьями – запрещен сбор грибов и ягод. Третьи вызывают настолько большой трепет, что люди даже боятся к ним подходить. Интересна традиция высаживать деревья на захоронениях почитаемых и мудрых людей – патриархов. Так, *в центре «Актюковского кладбища, огороженная маленьким забором стоит огромной ширины старая ветла, ей не меньше 200 лет. Старцы рассказывали, что растёт ветла там, где умер основатель этого села. Одни его звали Абдуллой, другие Борисом – Бабаем. Жители ходят к ветле, когда тяжело»* [4].

Характерным для татар является особое отношение к воде. Народные традиции запрещают человеку набирать воду из колодца грязными ведрами. Если женщина будет уличена за этим поступком, наказанием станет ее общественное порицание как нерадивой хозяйки. Колодец, родник, рассматриваются как священное место. Вблизи них запрещается громко разговаривать, сквернословить, ругаться. Тем более, запрещено бросать в колодец или родник предметы, мутить воду. Отражением традиций уважительного отношения к воде, является запрет ночных купаний, а также, существование практики обливания водой из семи источников, способствующая сохранению сил, молодости и здоровья человека.

Традиция уважительного отношения к воде, судя по всему, связана с особенностями географии расселения татарского народа. В прошлом, их предки проживали в засушливой степной зоне, где вода имела огромную ценность.

Экологическое мировоззрение татар, таким образом, формировало особенности их общественного и хозяйственно-бытового поведения. Сюда, в том числе, входило и ограничение использования природных ресурсов добываемых в объеме, достаточном для существования человека. Одновременно, существовало негласное обязательство потребленные ресурсы восстанавливать. Эксплуатируя природные богатства, человек стремился применять щадящие методы воздействия на экосистемы. Это – использование натуральных удобрений, рациональных методов возделывания почвы и т.д.

Проявлением экологических традиций, является одухотворение татарами сил природы. До сих пор, особенно в сельской местности, широким распространением среди жителей пользуется вера в духов природы – Шурале и Су Анасы.

Шурале – дух леса. В национальном фольклоре он описывается как уродливое низкорослое горбатое существо с рогом на лбу, длинными руками и вывернутыми пятками, чинящее людям всякие пакости. Любимое занятие шурале – загонять до смерти лошадей, отбившихся от стада, убивать людей, защекодав их до смерти.

Су Анасы – дух воды – фольклорный персонаж схожий с русской русалкой. Внешне, Су Анасы выглядела как некрасивая женщина, имеющая рыбоподобную голову, выпученные глаза, тело, покрытое чешуей. Су Анасы представлялась в виде злого духа. Считалось, что она может наслать болезнь, утопить человека, стать причиной засухи.

Подобная «кровожадность» духов с экологической точки зрения являлась вполне оправданной. Боязнь и уважение к духам природы защищали леса, реки и озера от слишком частых их посещений людьми. Это способствовало сохранению первозданности природы, обеспечивало покой лесным и водным обитателям, поддерживало стабильное функционирование и высокую продуктивность экосистем.

Ценностное отношение к природе у татар проявляется в существовании множества примет, подчеркивающих всю серьезность их отношений к естественному окружению как к источнику важных сведений.

Много национальных примет связано с ветром. Уже древние татары знали, что с изменением направления ветра следует ожидать смену погоды. В народе так и говорили: «Погода портится ветром», «Если ветер с юга – снег сойдет, если с востока – лето уйдет», «Вихрь

поднимается высоко – к вёдру, если он находится низко – к дождю». На появление этих примет видимо повлияли пыльные бури, периодически случающиеся в южных, степных районах Татарстана.

Другие приметы связаны с дождем как с источником, дающим жизнь всему живому. Для Республики, примерно, половина которой относится к лесостепной зоне, от количества дождей напрямую зависели урожаи. Отсюда и содержание примет: «Дожди пройдут, земля зазеленеет», «Если хранить воду первого весеннего дождя, эта вода превратится в жемчужину», «Если дождь, то в душе радость».

Экологические традиции татарского народа получили свое выражение и в литературном творчестве. В этом творчестве соединились представления о гармоничности человека, мироздания, красоты и величия природы. В нем отразились лучшие качества человеческой души, такие как: доброта, чувство единства с природой и ее одухотворенности, почитание предков. В стихотворениях татарских поэтов выражены глубокие лирические чувства, воспиты стойкость, мужество, любовь человека к природе.

Чего только стоит стихотворение Габдуллы Тукая «Родная деревня» [6].

Стоит моя деревня на горке некрутой.

Родник с водой студеной от нас подать рукой.

Мне всё вокруг отрадно, мне вкус воды знаком,

Люблю душой и телом я всё в краю моем.

Здесь бог вдохнул мне душу, я свет увидел здесь,

Молитву из Корана впервые смог прочесть,

Впервые здесь услышал слова пророка я,

Судьбу его узнал я и путь тяжелый весь.

Запомнились навеки события детских лет,

Нет времени счастливей, забав беспечней нет.

Я помню, как, бывало, по черной борозде

Шагал со старшим братом я за сохою вслед.

Я многое увижу – ведь жизнь еще длинна.

И ждет меня, наверно, дорога не одна;

Но только где б я ни был и что б ни делал я –

Ты в памяти и сердце, родная сторона!

Экологические традиции татарского народа отражаются в праздновании Навруза и Сабантуя.

Навруз – это праздник прихода весны. Данный праздник отмечается не только татарами, но и другими тюркскими народами – иранцами, дагестанцами, туркменами, турками. Праздник отмечается в день весеннего равноденствия, наступление которого, знаменует собой начало пробуждения природы от зимней спячки, сезон роста и процветания.

Сабантуй – праздник, посвященный окончанию весенних полевых работ. В переводе с тюркского, сабантуй означает – праздник торжества плуга. Истоком данного праздника в свое время стал обряд, связанный с задабриванием духов плодородия, с той целью, чтобы на следующий год они дали хороший урожай. Еще не так давно, обязательной частью праздника было обращение к духам Земли со следующими словами: «Хорошо ли твое здоровье, дорогая Земля? Люблю я тебя больше золота, больше жизни моей. За мою любовь разверни и ты свое приданое на наших полях и лугах, лесах и реках» [7].

Рассмотрение экологических традиций татарского народа позволяет нам, таким образом, сделать следующие выводы.

1. Экологические традиции народа являются отражением накопленного опыта ценностного отношения человека к природе. Данный опыт иллюстрирует осознание человеком того грандиозного значения, которое имеет природа в его жизни и хозяйственной деятельности.

2. Экологические традиции татарского народа, характеризуются ценностным отношением человека к естественному миру. Проявлением этого отношения является поклонение

животным и растением, уважение к воде, анимистические верования. Данные традиции находят свое отражение в хозяйственно-бытовой деятельности, в народном фольклоре, в поэзии.

3. Сохранение народом экологических традиций, дает возможность использовать накопленный исторический опыт ценностного отношения человека к природе как одно из условий преодоления глобальных экологических вызовов.

Литература

1. *Карабукаев К.Ш.* Экологические традиции как важный фактор взаимосвязи общества и природы (на примере кыргызского народа) // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2017. – С. 83–85.
2. *Тарбаева В.М.* Развитие экологической культуры в контексте в контексте национального опыта и традиций русской культуры // Биосфера. – 2019. – Т. 11.– № 2. – С. 4–10.
3. *Хусаинов З.А.* Формирование экологической культуры учащихся национальной школы на основе знаний татарского народа о природе // Научное обозрение. Педагогические науки. – 2016. – № 1. – С. 69–103.
4. Татарские священные роши. – URL: <http://vlastdengi.ru/stati/tatarskie-svyashhennye-roshhi.html?ysclid=lbhkbyt7ok182381912> (дата обращения: 10.12.2022).
6. Габдулла Тукай. Родная деревня. – URL: <https://www.culture.ru/poems/23830/rodnaya-derevnya> (дата обращения: 20.04.2023).
7. *Гринёва Е.А.* Этнокультурологическая составляющая духовно-нравственного потенциала экологического образования младших школьников // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 1. – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=5282> (дата обращения: 20.04.2023).

СПОРТ КАК КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН В СОВРЕМЕННОМ ГЛОБАЛЬНОМ СОЦИУМЕ

**Смирнова Ирина Анатольевна,
Захарова Анастасия Васильевна**

Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются аспекты, характеризующие спорт, как культурный феномен в современном глобальном социуме. В частности, рассмотрено функционирование спорта как индустрии, идеологическая функция спорта, а также влияние спорта на широкую социокультурную сферу.

Ключевые слова: спорт, культура, социология, спортивная индустрия, идеология, массовая культура.

Введение. Для социологов, придерживающихся иерархической модели культуры, спорт часто рассматривается как ее антитеза: телесная практика, не имеющая большого культурного значения, на которую пассивные зрители смотрят ради обогащения индустрии досуга и средств массовой информации. Пренебрежение спортом как социологическим предметом до относительно недавнего времени можно объяснить общим сопротивлением в рамках интеллектуальной культуры вовлечению в телесную сферу массовых удовольствий. Однако растущее значение спорта (особенно с помощью электронных средств), более открытое отношение социологов к «массовой» культуре, а также влияние междисциплинарных подходов (особенно культурных исследований) создали пространство для развитой культурсоциологии спорта.

Одним из препятствий к социологическому изучению взаимодействия спорта с культурой является точное определение предмета исследования, с учётом их разнообразия и дина-

мизма. В широких социологических терминах спорт можно рассматривать как социальный институт, развившийся с середины девятнадцатого века в результате рационализации и коммерциализации физических игровых состязаний, а культуру — как изменчивый набор символов, обозначающие практики, и тексты, которые выражают и придают смысл социальному миру, в котором спорт становится все более значимой частью.

Анализ спорта в традиционных макросоциологических терминах является продуктивным, однако культуралистский подход, в своей основе имеет более широкую теоретическую основу. Это позволяет сформировать у исследователя более глубокое, этнографическое, понимание процесса «проживания» спортивной культуры в повседневной практике. Такой интеллектуальный проект не требует отказа от формирующих социологических вопросов структуры, агентности и власти, но помогает «реабилитировать» их и распространить на ранее игнорировавшиеся области растущей известности. В этом отношении спорт по ряду показателей можно рассматривать как ключевой элемент современного общества и культуры. Его популярность как зрелища делает его таковым. Такие «Мегамедийные» спортивные мероприятия, как мировые чемпионаты по футболу или олимпийские игры очень показательны в отношении культурных изменений в (пост)современности.

Становление культурсоциологии спорта. За последние три столетия эпизодические физические народные игры и игровые состязания стали систематизированными, регламентированными практиками, а любовь к игре постепенно уступила место зрелищности профессионального спорта [1]. Как и в других рыночных сферах, где существует значительное неравенство в доходах в рамках одной отрасли, спорт породил «суперзвезд», компенсация которых достигла экстраординарного уровня.

В настоящее время глобальная спортивная индустрия состоит из небольшой группы «сверхбогатых» профессионалов, значительной группы хорошо оплачиваемых спортсменов и огромного числа амбициозных профессиональных спортсменов с небольшими шансами на успех. Однако даже те, кто занимается спортом, но зарабатывают на этом незначительно, вовлечены в крупную спортивную индустрию, включающую в себя помещения, одежду, тренировочное снаряжение. Таким образом, профессиональные спортсмены представляют собой лишь внешнюю оболочку современного спорта, за которой стоит целая индустрия, включающая спонсоров, рекламодателей, медиакомпании, спортивные агентства, спортивные организации высшего уровня, менеджмент, производителей оборудования и одежды, частных и финансируемых государством спортивных педагогов, административные и учебные органы, а также ученых-исследователей в сфере спорта.

Таким образом, спорт является как симптомом, так и причиной гораздо более масштабного социокультурного сдвига. Символическая спортивная коммуникация стала основным средством формирования национальной культурной идентичности через спортивную прессу, общественные службы и коммерческое вещание. Международные спортивные мероприятия в этом плане представляют собой исключительные возможности для внутренней и внешней репрезентации нации. Таким спорт, как культурный феномен, является по своей сути идеологической практикой и требует тщательного социологического изучения.

Основные аспекты взаимоотношений спорта и культуры касаются таких аспектов, как: функционирование спорта как индустрии, идеологическая функция спорта, а также влияние спорта на широкую социокультурную сферу. Рассмотрим каждый из этих аспектов более подробно.

Спорт как индустрия. Начиная с середины XIX века побуждение зрителей платить за вход в контролируемое пространство спортивного стадиона, для просмотра выступления спортсменов, является важным примером индустриализации досуговых практик. Сочетание зарождающейся спортивной индустрии, тотализаторов и индустрии гостеприимства оказалось эффективным способом облегчения скопления больших масс населения и трат дискреционных доходов, которые организованный труд получал от владельцев капитала.

Классовое культурное измерение спортивной индустрии, воспроизводящее более широкие социальные структурные отношения, является важной чертой ее исторического фор-

мирования. По мере роста спортивной индустрии и массовизации, явные классовые культурные различия стали менее резкими, но не были полностью искоренены. Так, «апгрейд» современных спортивных стадионов, оборудованных дорогими сидениями, корпоративными ложами и премиальным питанием, привело к дифференциации доступа и предоставлению услуг. Точно так же доступ к отдельным дорогостоящим видам спорта (таким как гольф и теннис) по большей части доступен для привилегированных слоёв населения.

Пространственные аспекты спортивной культуры сегодня остаются важными, однако они существенно нивелируются современными СМИ, осуществляющими символическую транспортировку уникального спортивного события в домашний очаг. Крупные стадионы по-прежнему наделены своего рода квазидуховными качествами, подтверждающими тезис о том, что спорт является своего рода светской религией [2], однако без СМИ спорту бы существенно мешали пространственно-временные ограничения.

Одновременное развитие спортивной и медиа-индустрии носит синергетический характер. Раньше развитие спорта было сильно ограничено, поскольку оно основывалось на возможности наблюдать состязания исключительно присутствующими. Соответственно, коммерческие СМИ не могли бы процветать без регулярного и популярного использования их коммуникационной инфраструктуры, позволяющей охватить широкую аудиторию рекламодателями, которые финансировали их печатные и электронные тексты. В спорте, с его большой увлеченной аудиторией, регулярными, относительно недорогими и «длинными» программами, а также способностью работать как в новостном, так и в развлекательном жанрах, СМИ нашли идеального отраслевого партнера. В результате спорт стал неотъемлемым компонентом современной культуры, неизбежным для всех граждан, независимо от их культурных вкусов, благодаря эффективности и охвату спортивных СМИ.

Спорт как идеология. Благодаря своей тесной связи со средствами массовой информации спорт очень эффективно транслирует идеологические ценности. Спортивная индустрия пропитана духом высокой производительности, а ее результаты организованы вокруг измеряемых качеств и конкретного результата — победы или поражения. Для обывательского взгляда здесь всё интуитивно понятно и измеряется простыми дихотомиями: быстрее – медленнее, сильнее – слабее и т. д. В сочетании с идеологией прозрачной меритократии, когда наглядно видно, что успеха добивается тот, кто этого заслуживает и мифологией спортивного мира, стоящего в стороне от обыденной повседневности, может сложиться впечатление, что спортивная культура предлагает более простую и справедливую вселенную. В этом смысле существует тесная связь между спортивными ценностями и неолиберальной идеологией. Однако спортивная культура также содержит в себе антимодернизационные ценности, основанные на коллективной идентичности. Спорт как культурная практика произволен и тривиален в том смысле, что он состоит из регулируемых правилами физических игр, на которые участники и зрители проецируют значимость. Часто ностальгические (а иногда и атавистические) формы идентификации, на которых спорт черпает свою культурную силу, могут высвобождать реакционные импульсы, враждебные идеям неоклассической экономической теории. Например, продажа спортивной команды или попытка поглощения спортивного клуба, может стимулировать антирыночные и антикапиталистические настроения среди болельщиков. Такая идеологическая напряженность в спорте означает, что его институциональный анализ не может быть сведен лишь к коммерческим интересам. Наоборот, спорт можно рассматривать как социальную площадку в которой культурное взаимодействие включает в себя самые разнообразные идеологии.

Таким образом, пространство спортивной культуры может выступать в качестве форума для более широких социальных дебатов об изменениях и преемственности. Периодические спортивные скандалы, интенсивно освещаемые средствами массовой информации, являются особенно заметными средствами коллективной переоценки как спортивного института, так и обществ, частью которых он является. Например, финансовые нарушения (договорные матчи в футболе или ангажированные решения членов Международного олимпийского комитета, относительно предстоящих игр) вызывают интенсивные дебаты о разращении

спорта коммерцией и связанном с этим преимуществе целей перед средствами. Личные девиации звезд спорта, начиная с уголовных преступлений и заканчивая личными этическими нарушениями (например, неверность), также дискурсивно соединяют спортивный и более широкий социальные контексты.

Спортивный дискурс и язык также оказывают большое влияние на формирование общества в целом по своему образу и подобию. Как отмечалось выше, в спорте существует кажущаяся простой соревновательная логика, которая вызывает в воображении мир четко определенных правил и результатов. В результате спортивные метафоры, связанные с «равными условиями игры», нормативными «препятствиями» и «гонками» за приобретения компаний и получение прибыли, проникли в деловой дискурс, не в последнюю очередь в новостях. Точно так же политический дискурс в представительных либеральных демократиях часто наполнен языком спорта, предвыборной борьбой, парламентскими дебатами и политическими разногласиями, которые обычно оформляются на языке спортивных состязаний. Рекламодатели также часто «предлагают» товары и услуги в спортивных терминах. Идеологические последствия символического сведения сложных социальных, экономических и политических процессов к простым воображаемым спортивным соревнованиям и результатам также требует социологического анализа [4].

Спорт как массовая культура. Элементы спортивной культуры регулярно отображаются в более широкий социокультурный контекст. Например, зрители телевидения, которое по-прежнему остается самым популярным информационным каналом, постоянно сталкиваются с таким телевизионным жанром, как «реалити-шоу». Такой формат телепередач находится под сильным влиянием спорта. Как и в спортивном телевидении он включает в себя «реальное» освещение участников, соревнующихся друг с другом за приз, снятых с разных ракурсов, точек зрения и скоростей. Соревнования требуют стратегических и тактических маневров, подобных спортивным состязаниям, борьбы с конкурирующими командами и отдельными соперниками. Также, как и в спорте, имеет место участие болельщиков, транслируется их одобрение или неодобрение. Другими словами, можно утверждать, что спорт не только, перенял ценности развлечения, но и посредством культурной петли обратной связи теперь сам влияет на другие формы массовой культуры [3].

Центральное место в массовой культуре занимает фигура болельщика. Спортивный болельщик часто представляется в спортивной социологии чем-то вроде жертвы могущественных коммерческих сил, лишенных свободы действий в результате захвата их времяпрепровождения капиталом и государством. В частности, СМИ часто обвиняют в том, что они сводят настоящие физические нагрузки к сидячим зрелищам и формируют сетку трансляций спортивных соревнований с учётом максимальной вовлечённости целевой аудитории. Однако это вводящее в заблуждение представление о том, как создается, и используется популярная культура, основанная на тотальном и статическом анализе культурных отношений. Несмотря на существование соответствующей опасности романтизации сопротивления болельщика, спортивная культура демонстрирует множество примеров фанатов, не соответствующих образцу упорядоченного и управляемого потребления. Болельщики не являются прогрессивными по своей сути и часто характеризуются ксенофобией, оскорблениями и насилием. Однако в этом отношении спортивную культуру можно рассматривать как связанную с более широкими социальными структурами, практиками, и ценностями. Она представляют собой своего рода яркий популярный театр, в котором все формы практик, как социально прогрессивные, так и регрессивные, могут быть акцентированы и масштабированы.

Средства массовой информации создают условия, в которых спортивные зрители являются не только наблюдателями, но и действующими лицами, выступающими как профессиональные спортсмены для большой аудитории. Такие околоспортивные события, занимающие важное место в спортивной культуре, дают зрителям возможность стать ключевыми участниками в создания атмосферы спортивного события. Таким образом, спортивные фанаты проявляют ряд реакций на трансформацию спорта и общества, частью которого они являются. Например, недовольство некоторых фанатов тем, что они считают штампованной

и скомпрометированной профессиональной спортивной журналистикой, способствовало появлению «журналов для фанатов», которые варьируются от технически рудиментарных изданий с небольшим тиражом до более сложных, широко распространённых.

Любители спорта иногда идентифицируют себя как граждане, требующие соблюдения прав «культурного гражданства», связанных со спортом. Расширение концепции гражданина на культурную сферу отражает усиление широких процессов «окультуривания» и «медиатизации». Это подтверждается успешными петициями граждан о законодательном закреплении бесплатного доступа к спортивным телевизионным каналам, в том числе тем, которые доступны только по платной подписке. Спорт в таких петициях представляется как часть общественного наследия и культурных прав, которые нарушаются ведущими спортивными организациями и операторами платного телевидения. Сюда же можно отнести борьбу за доступ граждан к спортивной инфраструктуре. По мнению активистов, общественные спортивные сооружения, элитные институты спорта, и высококачественные спортивные стадионы должны быть гарантированы государственной субвенцией. Ещё одним заметным проявлением позиций широкой околоспортивной общественности можно считать противостояние спортивному спонсорству, продвигающему и рекламирующему вредные для здоровья продукты (например, алкоголь и табак) и поддержку использования спорта в кампаниях по укреплению здоровья.

Таким образом, спортивная культура все больше проникает в общественную жизнь. Участниками этой культуры в той или иной степени является практически всё население, которое вольно или невольно ежедневно сталкивается со спортом. Признаки спорта, которые проявляются в общественном и медийном пространстве, свидетельствуют, что современная культура в определенной степени стала «спортивной».

Заключение.

Социологический анализ спорта и культуры должен адекватно учитывать размер, сложность, размах и изменчивость своего непосредственного предмета, стремиться охватить его глубокую взаимосвязь с социокультурным миром в целом. Обыденному, повседневному опыту и потреблению спорта уделяется мало серьезного внимания, а исследователи обращаются к нерепрезентативным группам особо ярких фанатов, чья заметность делает их относительно легким объектом исследования. Такой вывод является напоминанием о знаменитом изречении Рэймонда Уильямса о том, что «культура обыденна» [5]. Можно заметить, что спортивная культура в настоящее время является обычным элементом социальной жизни, перемежающимся экстраординарными моментами, оба из которых предлагают множество возможностей для исследования динамика все более разнородных, эфемерных социальных образований.

Форма, которую спортивная культура принимает в различных национальных и транснациональных контекстах, очень разнообразна и глобально связана, и требует обновленной, теоретически строгой, исторически обоснованной и культурно адаптированной социологии спорта и культуры.

Литература

1. *Алхасов Д.С.* Теория и история физической культуры: учебник и практикум для вузов. – Москва: Юрайт, 2023. – 191 с.
2. *Берсенева Т.П.* Современный спорт: феномен культурного псевдоморфоза // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2021. – № 55. – С. 62–69.
3. *Быховская И.М.* Спорт: культурологические векторы анализа феномена // Культурологический журнал. – 2011. – № 1. – С. 1–15.
4. *Сюхова А.М., Уджуху И.А., Манченко Ю.В., Гучетль И.Н.* Физическая культура и спорт в контексте социокультурной институциональности // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2019. – № 2. – С. 170–180.
5. *Черемушкина Е.Ф.* Мировоззренческие сдвиги в концепции культуры в работах Р.Г. Уильямса // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. – 2014. – № 2 (26). – С. 77–83.

СУБЪЕКТИВНЫЙ ВЗГЛЯД НА ИЗУЧЕНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РОДНЫХ ЯЗЫКОВ: НА ПРИМЕРЕ БЕЛОЯРСКОГО РАЙОНА ЮГРЫ

Хакназаров Саидмурод Хамдамович

*Обско-угорский институт прикладных исследований и разработок,
Ханты-Мансийск, Россия*

Аннотация. В данной работе рассматриваются вопросы изучения и использования родных языков в школах Белоярского района Ханты-Мансийского автономного округа – Югры. В частности, в работе обобщаются результаты социологического исследования, проведенной в 2019 г. по рассматриваемой тематике. Результаты исследования важны для принятия управленческих решений в области этнообразования в школах округа.

Ключевые слова: родной язык, изучение, преподавание, респонденты, коренные малочисленные народы Севера.

Язык является одним из факторов этнокультурной безопасности и выступает как одно из важнейших объективных свойств этноса, а также как символ этнической принадлежности. Язык формирует и развивает культуру, выполняет важнейшие этносоциальные функции. Однако в последние десятилетия одной из актуальных мировых проблем стала проблема его сохранения в условиях глобализации. Все это актуализирует проблему титульных языков и языков малочисленных народов.

Возможность сохранения и развития языка любого народа в многонациональном государстве обусловлена комплексом объективных обстоятельств. Условия функционирования и статус языков в различных сферах жизни общества определяет законодательство о языках, которое выступает основным инструментом языковой (национальной) политики государства [1]. В то же время жизнеспособность языка и возможность дальнейшего развития связаны с уровнем его функциональности, т. е. количеством его общественных функций и интенсивностью использования, степенью владения представителями этноса своим родным языком [2].

В широком смысле языковую компетенцию в российской социолингвистике чаще рассматривают как владение языком своей национальности, русским и другими языками, а также их использование в различных ситуациях [3]. В узком понимании это собственно лингвистический уровень владения языком, подразумевающий знание и владение грамматической и словарной сторонами языка [4].

В 2019 году сотрудниками Обско-угорским институтом прикладных исследований и разработок (Ханты-Мансийск) проведен мониторинг о потребности изучения предметов этнокультурной направленности в общеобразовательных организациях Ханты-Мансийского автономного округа – Югры. Основная цель мониторинга – изучить посредством анкетирования родителей состояние этнокультурного образования и потребности в изучении этнокультурных предметов для детей из числа коренных народов Севера (КНС) Ханты-Мансийского автономного округа – Югры (ХМАО – Югры).

Основным методом мониторинга является опрос-анкетирование. Анкета содержит 28 вопросов, из которых: 26 вопросов были с вариантами выбора ответа и 2 – с открытыми ответами. Анкетирование проводилось педагогами общеобразовательных учреждений в апреле–июне 2019 года.

Среди респондентов по национальному признаку значительное большинство составили ханты (85,0 %), несколько человек не относятся к коренным малочисленным народам, но являются родителями детей из числа КНС (межнациональные браки). По гендерному признаку преобладают женщины (88,4 %). По возрасту больше половины респондентов относятся к группе 36–50 лет (53,3 %). Все респонденты имеют достаточно высокий образовательный уровень: больше половины (63,0 %) имеют среднее профессиональное и высшее образование. Наиболее высокая доля респондентов с высшим образованием приходится на возрастные группы 36–50 лет и 51–60 лет, со средним образованием – на возраст 20–35 лет.

По роду деятельности преобладают служащие (20,8 %). Достаточно высока доля безработных (17,0 %) и работников образования и науки (13,5 %).

Определяя свой уровень владения родным языком, большинство респондентов (88,9 %) отметили, что владеют своим родным языком на свободном, самостоятельном, элементарном и пассивном уровне. Не владеют своим родным языком 11,1 % опрошенных.

Основными причинами незнания родного языка респонденты назвали отсутствие языковой среды (25,9 %), не научили в детстве (29,0 %), не преподавали в школе (9,7 %) и нет желания (5,8 %).

Чаще всего респонденты (38,2 %) пользуются родным языком в семейном общении (табл. 1).

Таблица 1

Ответы респондентов на вопрос: «Если Вы владеете родным языком, то в каких ситуациях им пользуетесь?», n* = 259

Варианты ответов	Национальность									
	Ханты		Манси		Ненцы		Русские и другие		Итого	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Нет данных	90	40,7	14	70,0	2	22,2	8	88,9	114	44,0
В семейном общении	90	40,7	5	25,0	4	44,4	0	0,0	99	38,2
При общении с соседями и друзьями	43	19,5	0	0,0	1	11,1	0	0,0	44	17,0
На работе с носителями родного языка	25	11,3	1	5,0	1	11,1	0	0,0	27	10,4
Другое	12	5,4	1	5,0	1	11,1	1	11,1	15	5,8

* число респондентов

Опрос показал, что, отвечая на соответствующий вопрос, только каждый четвертый из числа респондентов (25,9 %) не будет изучать родной язык, даже если будут созданы условия (табл. 2). В целом, изъявили желание изучать родной язык 38,2 % респондентов. Больше всего хотят изучать свой родной язык представители народа ханты (40,3 %) и ненцы (44,4 %). А большинство (40,0 %) представителей народа манси не хотят изучать свой родной язык.

Таблица 2

Ответы респондентов на вопрос: «Если будут созданы условия, Вы будете изучать родной язык?»

Варианты ответов	Национальность									
	Ханты		Манси		Ненцы		Русские и другие		Итого	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Да	89	40,3	5	25,0	4	44,4	1	11,1	99	38,2
Нет	53	24,0	8	40,0	1	11,1	5	55,6	67	25,9
Буду вместе со всеми членами семьи	45	20,4	3	15,0	3	33,3	1	11,1	52	20,1
Буду самостоятельно	17	7,7	1	5,0	1	11,1	0	0,0	19	7,3
Нет данных	17	7,7	2	10,0	0	0,0	2	22,2	21	8,1
Затрудняюсь ответить	0	0,0	1	5,0	0	0,0	0	0,0	1	0,4
Итого	221	100,0	20	100,0	9	100,0	9	100,0	259	100,0

При ответе на вопрос: «если от знания родного языка будет зависеть Ваше экономическое и социальное благополучие, Вы будете изучать родной язык?», большинство респондентов (69,1 %) утвердительно сказали, что будут изучать свой родной язык, если от знания родного языка будет зависеть их экономическое и социальное благополучие. Парадоксальность ситуации заключается в том, что в отличие от ответов на предыдущий вопрос, уже абсолютное большинство респондентов (70,0 %) из числа представителей народа манси выразили желание выучить свой родной язык, если от этого будет зависеть их экономическое и социальное благополучие (табл. 3).

Таблица 3

Ответы респондентов на вопрос: «Если от знания родного языка будет зависеть Ваше экономическое и социальное благополучие, Вы будете изучать родной язык?»

Варианты ответов	Национальность									
	Ханты		Манси		Ненцы		Русские и другие		Итого	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Да	154	69,7	14	70,0	8	88,9	3	33,3	179	69,1
Нет	45	20,4	1	5,0	1	11,1	4	44,4	51	19,7
Другое: от знания языка благополучие не зависит	8	3,6	2	10,0	0	0,0	0	0,0	10	3,9
Нет данных	14	6,4	3	15,0	0	0,0	2	22,2	19	7,3
Итого	221	100,0	20	100,0	9	100,0	9	100,0	259	100,0

Результаты опроса показали, что почти половина респондентов не читает газеты и журналы на родном языке, регулярно их читают всего 15,1 % (табл. 4).

Таблица 4

Ответы респондентов на вопрос: «Читаете ли вы газеты и журналы на родном языке?»

Варианты ответов	Национальность									
	Ханты		Манси		Ненцы		Русские и другие		Итого	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Пустые ячейки	1	0,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,4
Да, читаю регулярно	35	15,8	2	10,0	2	22,2	0	0,0	39	15,1
Читаю иногда	84	38,0	5	25,0	2	22,2	1	11,1	92	35,5
Не читаю	86	38,9	13	65,0	4	44,4	7	77,8	110	42,5
Нет возможности	15	6,8	0	0,0	1	11,1	1	11,1	17	6,6
Итого	221	100,0	20	100,0	9	100,0	9	100,0	259	100,0

Также подобная ситуация отмечается по прослушиванию радиопрограмм и просмотру телепередач на родном языке (табл. 5). 46,3 % респондентов не смотрят и не слушают, и нет у них возможности слушать и смотреть радио- и телепередачи на родном языке.

Таблица 5

Ответы респондентов на вопрос: «Слушаете ли Вы радиопрограммы или смотрите телепередачи на родном языке?»

Варианты ответов	Национальность									
	Ханты		Манси		Ненцы		Русские и другие		Итого	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Да, регулярно	32	14,5	2	10,0	3	33,3	0	0,0	37	14,3
Смотрю и слушаю иногда	90	40,7	5	25,0	3	33,3	3	33,3	101	39,0
Не смотрю и не слушаю	68	30,8	10	50,0	2	22,2	4	44,4	84	32,4
Нет возможности	30	13,6	3	15,0	1	11,1	2	22,2	36	13,9
Нет данных	1	0,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,4
Итого	221	100,0	20	100,0	9	100,0	9	100,0	259	100,0

Из всех школьников всего 31,7 % изучают родной язык в школе, такое положение касается в одинаковой степени представителей народов ханты и манси. Ненецкий язык изучают всего 22,2 % школьников (табл. 6).

Таблица 6

Ответы респондентов на вопрос: «Изучает ли Ваш ребёнок родной язык в школе?»

Варианты ответов	Национальность									
	Ханты		Манси		Ненцы		Русские и другие		Итого	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Да	67	30,3	7	35,0	2	22,2	6	66,7	82	31,7
Нет	153	69,2	13	65,0	7	77,8	3	33,3	176	68,0
Нет данных	1	0,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,4
Итого	221	100,0	20	100,0	9	100,0	9	100,0	259	100,0

Из тех родителей, чьи дети не изучают родной язык, выразили желание, чтобы они изучали его – 42,0 % респондентов.

Из предметов с этнокультурным содержанием школьники чаще всего изучают родной язык (30,5 %), родную литературу (29,7 %), историю и географию ХМАО – Югры (по 22,0 % соответственно по предметам) – табл. 7).

Большее половины респондентов (58,7 %) считают, что преподавание в школе родного языка и других предметов этнокультурного содержания решит проблему сохранения национальной культуры коренных народов Севера.

При этом 21,7 % респондентов считают, что эти предметы должны быть обязательными для детей из числа коренных народов Севера, либо как дополнительные занятия (35,7 %). Не смогли ответить на заданный вопрос 32,6 % респондентов.

Чаще всего респонденты предлагают изучать родной язык в начальной школе со 2 по 4 класс (41,5 %), либо во всех классах (29,8 %). По мнению родителей в 10–11-х классах изучать родной язык уже поздно (3,9 %).

По мнению большинства респондентов (69,5 %) предметы этнокультурного содержания должны способствовать сохранению народных традиций и родного языка.

Ответы респондентов на вопрос: «Какие из предметов с этнокультурным содержанием изучает Ваш ребёнок в школе?», n = 259

Варианты ответов	Национальность									
	Ханты		Манси		Ненцы		Русские и другие		Итого	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Родной язык	63	28,5	7	35,0	4	44,4	5	55,6	79	30,5
Родная литература	72	32,6	3	15,0	2	22,2	0	0,0	77	29,7
История ХМАО – Югры	53	24,0	0	0,0	3	33,3	1	11,1	57	22,0
География ХМАО – Югры	50	22,6	3	15,0	3	33,3	2	22,2	58	22,4
Традиционная культура коренных народов Севера	20	9,0	1	5,0	1	11,1	2	22,2	24	9,3
Другое – ничего не изучает	12	5,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	12	4,6
Нет данных	50	22,7	8	40,0	2	22,2	1	11,1	61	23,6

В заключение отметим, что большинство респондентов владеют своим родным языком в различных уровнях. Чаще всего пользуются родным языком в семейном общении. Основная причина незнания родного языка - отсутствие языковой среды, в том числе, в детстве.

Почти половина респондентов не пользуется средствами массовой информации (газеты, журналы, радио, телевидение) на родном языке.

Большее половины респондентов считают, что преподавание в школе родного языка и других предметов этнокультурного содержания решит проблему сохранения национальной культуры коренных народов Севера. При этом каждый третий респондент считает, что эти предметы должны быть обязательными для детей из числа коренных народов Севера. Родители выбирают для своего ребенка чаще всего родной язык и чтение на родном языке, историю и географию ХМАО – Югры.

Литература

1. Доржеева В.В., Слепцова О.Ю. Проблемы сохранения родных языков коренных малочисленных народов Севера (на материалах Магаданской области). – URL: <https://doi.org/10.24158/fik.2018.9.13> (дата обращения: 20.03.2023).
2. Бигуаа Б.Г. Языковое многообразие Российской Федерации: проблемы и перспективы: материалы парламентских слушаний. – М., 2011. – 120 с.
3. Солнцев В.М. Функционирование языков в многонациональном государстве: Россия и Вьетнам. – М.: Советский писатель, 2008. – 451 с.
4. Кожемякина В.А. Словарь социолингвистических терминов. – М., 2006. – 182 с.

РОЛЬ ЛИДЕРА В СОВРЕМЕННЫХ АСПЕКТАХ

Хамитов Данил Динарович

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Статья содержит анализ процесса лидерства в условиях информатизации общества и развития цифровых технологий. В ходе анализа определены основные возможные сферы применения чата GPT в области управления командами. Выделены уровни

развития лидерства в зависимости от трансформации мышления и изменения социальных факторов в компании.

Ключевые слова: лидерство, менеджмент, искусственный интеллект, чат-бот.

Управление командами одно из ключевых задач современного руководителя. Конкуренция за кадры усиливается, поэтому роль лидера становится сегодня еще более значимой. Лидер должен быть эффективным, гибким, он должен уметь правильно коммуницировать с командой, уметь мотивировать свою команду, создавать позитивную атмосферу в рабочей среде и обладать эмоциональным интеллектом (EQ). Но, помимо этого, лидер должен быть в курсе новых технологий/методик и понимать, как они могут быть применены в рамках лидерских тактик и эффективного управления командой [4]. В своей статье хочу рассмотреть два аспекта, на которые стоит обратить современным лидерам: 1) как цифровой мир трансформирует парадигму применяемого инструментария лидерами; 2) уровни развития лидерства в зависимости от трансформации мышления и изменения социальных факторов в компании.

Цифровая экономика несет за собой множество преобразований для лидеров. Руководители команд должны быть готовы использовать новые цифровые инструменты, чтобы эффективно управлять командами. Во-первых, учитывая факт, что многие команды сегодня распределены не только по разным городам и часовым поясам, но и странам, и даже континентам – для них востребованными инструментами стали системы видеоконференций, онлайн-доски, чаты, онлайн таблицы и презентации и пр. Во-вторых, стоит понимать активное распространение системы искусственного интеллекта (ИИ), в т. ч. в рамках управления командами. Остановлюсь на последнем поподробнее.

Разберем применение чата с искусственным интеллектом (GPT) для лидера и его команд. Так технологичные компании используют данный инструмент, чтобы вести анализ и сбор данных, которые могут отвечать на вопросы членов команды, аккумулировать и обрабатывать информацию о том, как они работают. В последующем руководители компаний могут использовать эту информацию, чтобы определить основные сложности и проблемы, далее оперативно отреагировать на них и внести коррективы в коммуникационную стратегию с персоналом. Это особенно важно в современном мире, так как лидеры должны быть адаптивным к изменениям.

Ниже схематично определены основные возможные сферы применения чата GPT в области управлениями командами.



Рис. 1. Варианты применения ИИ в управлении командами

1. Оперативный доступ к информации. С помощью чат-бота с искусственным интеллектом возможно быстро находить и структурировать нужную информацию, связанную с проектом (список задач и ответственных, календарь, заметки, материалы по проекту, сервисы самообслуживания [1, 8], создавать контент и быстрые скетчи/наброски для презентаций и пр.).

2. Автоматизированные опросники. Чат с ИИ можно настроить на проведение автоматизированных опросов среди участников команды, например, задавать ряд вопросов после встречи или в конце рабочей недели/месяца, чтобы выявить с какими сложностями столкнулась команда, что необходимо улучшить и какие мероприятия можно предпринять.

3. Управление конфликтами. Чат-бот может быть сконфигурирован таким образом, чтобы находить ключевые слова в переписках между командой и оперативно сигнализировать лидеру команды в случае «накала обстановки» между коллегами.

4. Планирование задач. Чат с ИИ может помочь руководителям создавать списки задач, устанавливать «дедлайны», оповещать о ключевых вехах проекта, об изменении в календарном графике проекта, отслеживать задачи и действия участников команды и пр.

5. Обучение и развитие персонала. Чат-бот может находить и предоставлять доступ к обучающим материалам, визуализировать информацию для более ясного понимания, задавать уточняющие вопросы членам команды, что позволит лидеру команды понимать «пробелы» у команды и какие навыки необходимо развивать [2, 3].

6. Мотивация и поощрение. Благодаря чата с ИИ можно отправлять мотивационные сообщения для поощрения сотрудников в случае выполнения заданий в срок или за определенные достижения.

Для того чтобы встроить чат GPT в групповую работу необходимо определить цели и задачи в рамках использования чата с ИИ, проанализировать какой чат-бот наиболее подходит для выполнения поставленной цели, далее интегрировать его в существующие системы, обучить, произвести пилотные испытания и последующую интеграцию в систему(ы) компании. Надо отметить, важность таких аспектов при встраивании ИИ системы в корпоративную сеть как: безопасность и конфиденциальность, этичность, объективность, алгоритмы и механизмы обучения [6].

Далее рассмотрим уровни развития лидерства в зависимости от трансформации мышления и изменения социальных факторов в компании, а именно какими чертами обладает на каждом уровне компания, определим образ мышления команды. Согласно исследованиям авторов книги «Лидер и племя» было выявлено 5 уровней культуры корпоративных племен в зарубежных компаниях [5]. Считаю, что данную теорию, необходимо использовать, адаптировав под российские реалии, для создания сильных компаний, а также фокусировать лидеров на данных аспектах при их обучении и развитии.

Первый уровень характеризуется следующими признаками: людей не волнуют интересы компаний, они общаются маленькими группами, могут и вовсе ни с кем не общаться; их разговоры сводятся к тому, что жизнь несправедлива.

Второй уровень. Четверть компаний, согласно исследованиям, находятся именно на этом уровне. На втором уровне люди все еще безразличны к целям компании, делают минимально, что от них требуется, не проявляют инициативу [5]. Людям не интересно развитие и нет желания что-то менять. Межличностные отношения сведены к минимуму в рамках обмена рабочей информацией. Чтобы помочь сотруднику перейти на второй уровень необходимо направлять его туда, где много людей второго и более высокого уровня, активно демонстрировать, что можно жить по-другому, показывать «истории успеха».

Третий уровень – самый распространённый в корпоративном мире тип личностей, который достигает/достиг максимальных успехов, но при этом не получает удовлетворения от работы, нет радости от взаимодействия в команде. Основная идея на третьем уровне – «Я лучший». Кроме того, на этой стадии люди жалуются, что никто ни не помогает, коллеги не обладают достаточными знаниями и интересом реализовать ту или иную задачу/проект. Руководители предпочитают общаться с подчиненными «один на один», редко собирают

весь коллектив вместе и пр. Для того, чтобы человек перешел на третий уровень необходимо устанавливать доверительные отношения, привлекать сотрудника к принятию решений, необходимо обсуждать проблемы и неудачи подчиненных, хвалить за удачные действия. Необходимо говорить сотруднику о его лидерском потенциале и желании помочь ему добиться успеха. Важно отметить, что без поддержки сотрудник может вернуться на второй уровень [5]. Также необходимо на этом этапе содействовать сотруднику установления и развитию межличностных отношений.

Четвёртый уровень – на этом уровне сотрудники стремятся не к личным, а к корпоративным победам; команды сфокусированы на общих ценностях, информация свободно перемещается внутри коллектива, члены команды добровольно формируют группы для выполнения важнейших задач и проявляют инициативу, часто употребляют «Мы» в коммуникации [5]. Для перехода на четвертый уровень необходимо стимулировать командную работу, организовать свободную циркуляцию информации, которая необходима для выполнения поставленных целей. Лидеру на данном уровне необходимо поощрять стремления команды, которые связаны не с желанием выиграть и добиться своего, а со стремлением придумывать и развивать что-то принципиально новое для общества. Кроме того, здесь отлично подойдут цифровые инструменты с применением искусственного интеллекта для организации и поддержания общения между членами команды.

Пятый уровень. Если на третьем уровне устанавливается ориентир на «мои ценности», а на четвертом на «наши ценности», то на пятом уровне «глобальные ценности». Меняется восприятие мира. Сотрудники стараются участвовать в более сложных вдохновляющих проектах. А лидеры и сотрудники коммуницируют не только с теми, кто разделяют их ценности, но с теми (в т.ч. и с командами из других компаний), чьи ценности резонируют их собственным, т.к. это может привести мощный толчок в развитии и синергию в достижению общих целей. Именно благодаря последнему типу команд создаются принципиально новые продукты и бизнес-цепочки [6].

Таким образом, в своей работе лидер должен уже сейчас задумываться о последних технологических тенденциях, т.к. они помогают руководителю лучше понимать потребности и проблемы своей команды, определять настроение сотрудников. Также надо понимать, что существующие инструменты могут освободить до 35 % времени сотрудникам отделов кадров и перенаправить их знания в более творческие и важные задачи для компании [7].

Кроме того, лидер должен стремиться поднять свою команду на более высший уровень, обеспечить заинтересованность и вовлеченность членов команды, создавать плодотворную атмосферу, пропагандирующие общие ценности, свободный обмен информацией, поощрение инициатив, позитивное мышление и пр.

Цифровые инструменты и знание об этапах развития компании позволят лидеру создать умную «экосистему», которая может своевременно сигнализировать об изменениях в климате коллектива, и ускорить процесс формирования команды в сплоченную группу с общими ценностями и правильным настроем.

Литература

1. Балаганская В.С. Искусственный интеллект в управлении персоналом: возможности и риски // Новое поколение. – 2019. – № 20. – С. 19–24.
2. Берсин Д. Искусственный интеллект в сфере управления персоналом: по-настоящему «убойное» приложение. – URL: <https://www2.deloitte.com/kz/ru/pages/human-capital/articles/ai-in-hr.html> (дата обращения: 01.06.2023).
3. Блиникова А.В., Йинг Д.К. Использование искусственного интеллекта в процессах управления человеческими ресурсами // Вестник университета. – 2020. – № 7. – С. 14–21.
4. Васильева Е.В., Пестряков П.П. Применение методов бизнес-аналитики в организации процесса подбора кадров в технологических стартапах // Управление. – 2018. – Т. 6. – № 3. – С. 45–54.

5. *Ефлова М.Ю., Максимова О.А., Озерова К.А.* Гражданский цифровой активизм и социальная эксклюзия в условиях вынужденного погружения в цифровую среду // Вестник экономики, права и социологии. – 2021. – № 1. – С. 124–128.
6. *Белоногов В.А., Байбаков Э.И., Гузельбаева Г.Я., Егорова Л.Г., Ефлова М.Ю.* Экологические проблемы г. Казани в сознании населения города // Экологический консалтинг. – 2005. – № 1 (17). – С. 10–16.
7. *Логан Д., Кинг Д., Фишер-Райт Х.* Лидер и племя / пер. с англ. С. Кирова. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 366 с.
8. *Москвин В.А.* Опасности и риски искусственного интеллекта (анализ и практические рекомендации): монография / В.А. Москвин. – Москва: КУРС, 2018. – 288 с.
9. *Пупазина В.* Искусственный интеллект в HR. Как облегчить поиск и управление персоналом. – URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/human-capital/russian/ai-in-hr.pdf> (дата обращения: 01.06.2023).
10. *Сидоренко М.Ю.* Технологии использования искусственного интеллекта в системе подбора и обучения персонала // Новое поколение. – 2019. – № 20. – С. 71–76.

ОСОБЕННОСТИ ЭЗОТЕРИЧЕСКИХ ПРАКТИК В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Швецов Лев Константинович

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Хайруллина Юлдуз Ракибовна

Казанский (Приволжский) федеральный университет,

*Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан,
Казань, Россия*

Аннотация. В статье предпринимается попытка фиксации особенностей эзотерических практик в Республике Татарстан. Рассматриваются особые традиции, причины обращения к эзотерическим практикам, социальные характеристики таких людей. Статья написана на базе авторского эмпирического исследования, проведенного с применением качественной методологии (полуструктурированное интервью, n = 15, март, апрель 2023 года).

Ключевые слова: эзотерика, мистика, эзотерические практики, таро, шаманизм, руны, астрология, магия.

Эзотерические практики представляют собой разнообразие мистических методов и учений, которые способны вызывать интерес исследователей разных научных дисциплин. Среди них есть как популярные методы, такие как астрология и таро-чтение, так и более редкие практики, такие как руны и шаманизм. Эти явления всё ещё являются актуальными и вызывают большой интерес в российском обществе. Несмотря на то, что эти практики не получают научной поддержки, они находят своих последователей, и каждый год их число растет.

Социологи, изучая эти явления, могут получить много ценной информации об обществе. Исследования в этой области позволяют лучше понять мотивы и потребности людей, которые приводят их к поиску альтернативных способов лечения и обретения духовной гармонии. Кроме того, изучение эзотерических практик поможет социологам понимать, как эти явления влияют на общественную жизнь и какие последствия могут возникнуть от их распространения.

Поэтому изучение эзотерических практик является важной частью современной социологии, поскольку позволяет лучше понимать наших соотечественников, их мотивы и потребности, помогает предотвратить нежелательные последствия этих явлений на общественную жизнь.

Нельзя не допускать, что эзотерические практики могут иметь свои особенности в каждом отдельно взятом регионе, в силу множества причин. К примеру, в среднем хороший уровень благосостояния может формировать такие запросы к организаторам эзотерических

практик, которые в наименьшей степени будут направлены на решение финансовых трудностей. Или, например, повышенный уровень религиозности может способствовать синтезированию причудливых форм эзотерических практик, в силу табуирования последних множеством мировых религий.

Эзотерических практик сегодня существует немало количество. При всем желании, данной статьи не хватит для их рассмотрения. Поэтому целесообразнее всего рассматривать те, которые обладают наибольшей популярностью в Республике Татарстан. Самостоятельно найти исследования, которые повествовали бы о популярных эзотерических практиках в рассматриваемом регионе, к сожалению, не удалось. Таким образом, в поиске ответа на данный вопрос, мы воспользовались нейросетью Chat GPT.

Нейросеть указала, что по последним данным, наибольшую популярность в Республике Татарстан находит 5 эзотерических практик, а именно: астрология, таро, магия, руны, шаманизм. Проблема в том, что нейросеть отказывалась приводить конкретные источники, ссылаясь на то, что это противоречит принципам ее работы. В результате, для того чтобы хотя бы косвенно убедиться в достоверности полученной информации, нам пришлось обратиться к сервису Google Trends. Данный сервис позволяет показывать динамику и степень популярности ключевых запросов, которые задействуют пользователи Google.

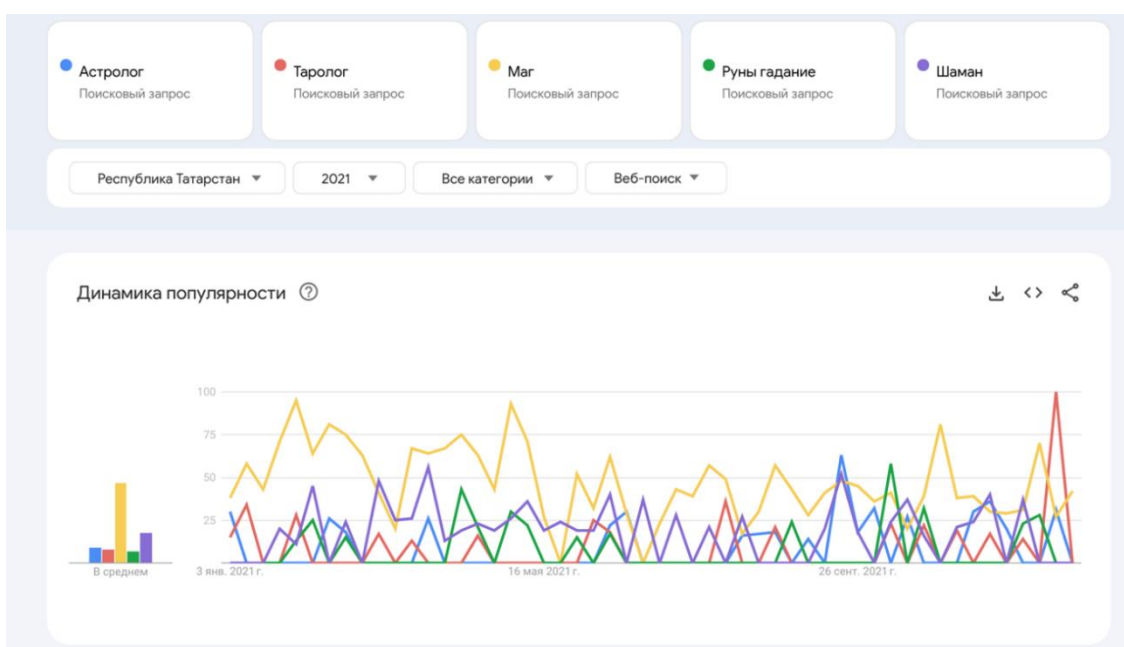


Рис. 1. Динамика использования запросов в поисковой системе Google за 2021 год, направленных на поиск специалистов по популярным эзотерическим практикам, которые выделила нейросеть Chat GPT

В качестве поисковых запросов были выбраны: «астролог», «таролог», «маг», «руны гадание», «шаман». Данные запросы имеют более подходящую коннотацию, поскольку вероятнее направлены на поиск специалистов выделяемых эзотерических практик. К примеру, запрос «астрология» подошел бы для анализа не так хорошо, так как в этом случае человек может просто поинтересоваться историей астрологии, или что это понятие означает.

Как может быть видно на первом изображении, чаще всего в 2021 году искали магов, реже всего интересовались гаданием на рунах. Под магами понимаются люди, которые обещают осуществить для своих клиентов так называемые «привороты» или «отвороты», помочь обрести финансовое благополучие, здоровье или вернуть своего супруга, супругу. Статистика за 2021 год была выбрана неслучайно. Дело в том, что с 2022 года смысл поискового запроса «шаман» искажается в связи с возросшей популярностью одноименного музыкального исполнителя.

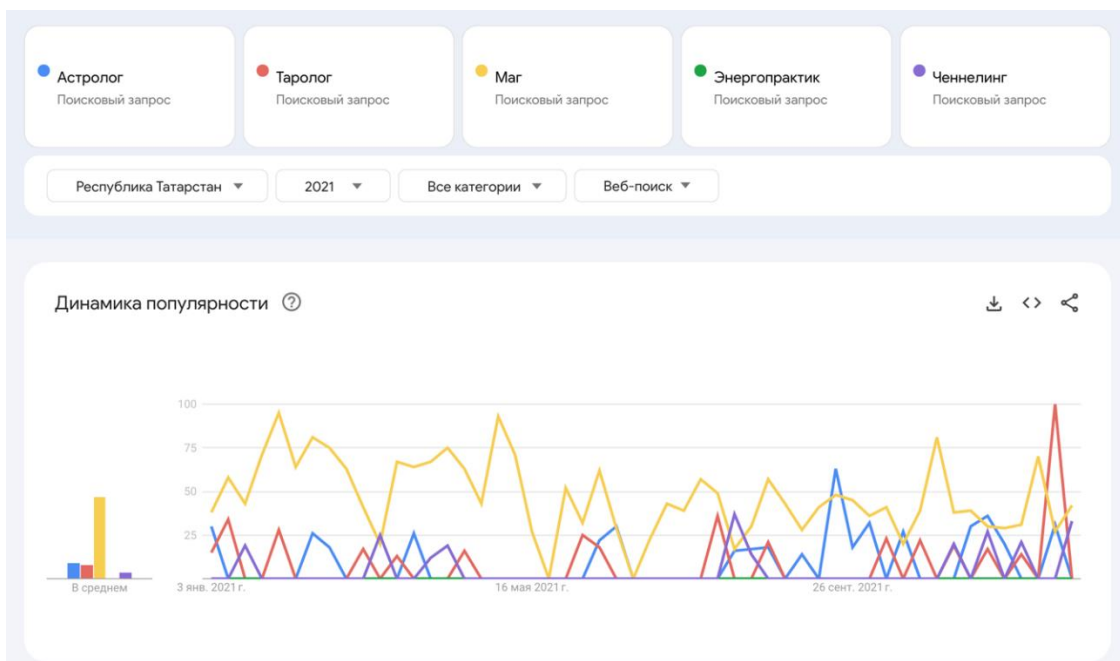


Рис. 2. Сравнение выделяемых поисковых запросов, направленных на поиск специалистов по популярным эзотерическим практикам, которые выделила нейросеть Chat GPT с запросами по другим известным эзотерическим практикам

Если так же за 2021 год сравнить поисковые запросы «астролог», «таролог», «маг» с запросами «энергопрактик» и «ченнелинг», то можно увидеть, что последние два запроса ищутся крайне мало, статистика почти нулевая. Таким образом, косвенно мы все-таки можем подтвердить, что предложенные Chat GPT эзотерические практики в качестве популярных в Республике Татарстан, действительно таковыми являются.

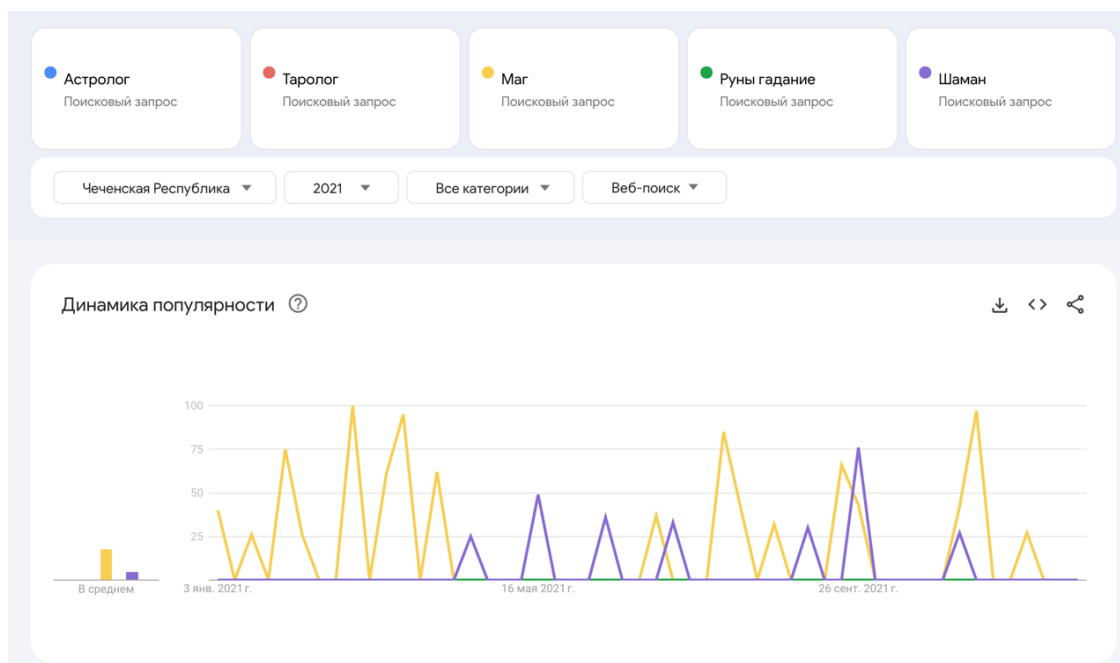


Рис. 3. Сравнение выделяемых поисковых запросов, направленных на поиск специалистов по популярным эзотерическим практикам, которые выделила нейросеть Chat GPT с такими же запросами в другом регионе России

Довольно примечательно, что если сравнивать ранее рассматриваемые поисковые запросы уже в другом регионе, то можно увидеть, что такие как «таролог», «астролог», «гадание руны» не ищутся вообще. Для примера мы взяли Чеченскую Республику. Эти данные в некотором роде подчеркивают нашу гипотезу о том, что у эзотерических практик может быть своя региональная специфика. Мы видим в данном случае, что в Чеченской Республике рынок эзотерических практик отличается от Татарстанского. Скорее всего, люди там не интересуются так сильно поиском тарологов и астрологов, а также рунами, как в Республике Татарстан.

Таким образом, нами была проведена серия экспертных интервью с организаторами эзотерических практик, которые специализируются на астрологии, таро, рунах, магии, шаманизме. Все информанты осуществляют какие-то из перечисленных практик в Республике Татарстан, либо осуществляли очень продолжительное время.

Цель серии этих интервью – это установить, как осуществляется организация эзотерических практик в Республике Татарстан, для того чтобы понять, существуют ли какие-то региональные особенности.

Среди задач мы выделили, что нужно понять, какие черты присущи организаторам эзотерических практик в Республике Татарстан (социальный портрет), также требуется установить, какие социальные характеристики бывают у аудитории эзотерических практик в Республике Татарстан. Необходимо и выяснить, с какими проблемами обращаются люди к организаторам эзотерических практик в Республике Татарстан. Наконец, важно зафиксировать особенности предоставления услуг на рынке эзотерических практик в Республике Татарстан.

Если говорить о социальном портрете организаторов эзотерических практик, то согласно нашим наблюдениям, нет строгого уклона в какую-то одну возрастную группу. В интервью участвовали как лица, которым 19 лет, так и те, кому уже больше 45 лет. Однако, налицо очевидный половой дисбаланс, так как подавляющее большинство из экспертов – девушки и женщины (14 из 15 информантов), в нашу выборку попал лишь один представитель мужского пола в возрасте 24 лет.

В вопросе о том, что сподвигнуло заниматься подобными практиками, эксперты никогда не отвечали, что таким образом они решили зарабатывать деньги. Все информанты убеждены в своих эзотерических способностях, верят в некое предназначение, считают, что им предначертано некими «высшими силами» осуществлять свои практики:

«Мне вообще, в принципе, с детства было интересно изучать мир с разных сторон. Однако, в науке я не находила ответов, которые мне были нужны, так как мой ум поделен на научное и абстрактное. Мне было любопытно увидеть мир дальше, глубже, как еще все может быть. В детстве мне нравилось всякие необычные книги читать, и вот потом в 15 лет мне предложили пойти на курс по “формуле души” – это начальный этап астрологии. Когда я пришла туда, я поняла, что это то, что очень меня вдохновляет.» (Информант 1. Девушка, 24 года. Астролог).

«Как я к этому пришла – наверное, вопрос не очень корректный. По крайней мере, у нас это, у бурятов, не приходит. Это точно происходит не по желанию человека. Это, как правило, приходит время, и этот дар передают предки» (Информант 4. Женщина, 45 лет. Шаманка).

По нашим наблюдениям, не было замечено какого-то определенного образования, которое чаще всего встречалось у информантов. Встречались эксперты с фармацевтическим образованием, были так же информанты, которые по образованию являются менеджерами, экономистами, инженерами, стоматологами, юристами, фитнес-тренерами. Поэтому по данному вопросу следует заключить, что, скорее всего, организации эзотерических практик склонны обладатели большой плеяды профессий. Не виделась и связь между национальной принадлежностью. Среди информантов были русские, татары, метисы (смесь русских и татар), и даже буряты. Разумеется, для более объективной аналитики необходимо массовое анкетирование. Однако, проблема будет заключаться в поиске большого количества подобных респондентов, согласных пройти опрос.

Говоря о характеристиках аудитории, можно сказать, что она варьируется в зависимости от типа эзотерической практики, а также в зависимости от личного подхода к реализации своих практик самим организатором. Тем не менее, одна тенденция прослеживалась в ответах всех экспертов. Подавляющее большинство клиентов, обращающихся к таким практикам – это представительницы женского пола. Вероятно, это следует принять уже как за некую константу, поскольку об этом говорит множество других исследований [1].

С точки зрения возрастных диапазонов, целевая аудитория очень разная. Один эксперт из области астрологии утверждала, что ее аудитория – это люди от 17 до 50 лет, и очень разные по своим характеристикам. При этом отметила, что ядро аудитории – это в основном это люди «среднего возраста», то есть от 40 лет. К другому эксперту в области рун, в основном обращаются женщины до 30 лет, то есть молодые. Тезис о подавляющем большинстве средневозрастных людей, полностью согласуется с существующими данными, проводимыми исследованиями, в других регионах России [2]. Как уже писалось выше, нелегко предложить универсальные характеристики целевой аудитории для эзотерических практик, ведь они разные, ровно, как и личности их организаторов, которые притягивают к себе разных людей. Однако, об одном мы можем говорить точно: целевая аудитория эзотерических практик – это в основном женщины, не подростки, и не очень престарелые.

Если говорить о ценообразовании, то оно бывает очень разным. Один эзотерик за 1 сеанс может брать и 10 000 рублей, другой возьмет всего 400 рублей. У одного эзотерика фиксированные цены, у другого нет никаких цен, принимают столько, сколько клиенты добровольно пожертвуют. Данное положение дел полностью согласуется с тем, что происходит в остальной России. Причем это не зависит от типа эзотерической практики. О соотношении, какая ценовая модель встречается чаще – говорить сложно. Однако, той, которая предполагает добровольные пожертвования, немало, о чем так же говорят исследования [3].

Особенно примечательна общая тенденция, которая наблюдается и в остальной России, согласно исследованиям. Сегодня нелегко найти эксперта, который специализируется только на чем-то одном. К примеру, если человек таролог, то нередко он еще и астролог. Поэтому в эзотерической сфере Татарстана на сегодняшний день царствует эклектизм, так же, как и в остальной России. В ходе нашего исследования порой этот фактор даже выступал проблемой, потому что информантам необходимо было порой напоминать предмет беседы. Что мы, например, беседуем о таро, а не о всем сразу, включая астрологию и руны.

Все эксперты единодушно отвечали, что клиенты обращаются к ним по вопросам любовных взаимоотношений, финансового благополучия, здоровья. Бывают и более экзистенциальные вопросы, когда, например, клиент старается найти мотивацию для своей жизнедеятельности. Аналогичным образом, данная тенденция подтверждается и в остальной России, о чем указано в исследовании Петрова Д.В. [5].

В рамках интервью спрашивалось, как информанты осуществляют продвижение своих услуг. Выяснилось, что как правило используется так называемое «сарафанное радио», и нередко (почти всегда) эксперты создают свои каналы в социальных сетях и мессенджерах, регулярно публикуют там контент, тем самым стимулируют уже существующую аудиторию. Лишь один эксперт призналась, что иногда задействует PR, то есть просит других блоггеров по подходящей тематике, публиковать информацию о себе. Все однозначно заявляли, что не используют прямую рекламу. Соответственно, данная тенденция напоминает ту, которая складывается в остальной России. Существуют как те эзотерики, которые часто используют всевозможные маркетинговые технологии, так и те, которые довольствуются лишь «сарафанным радио».

В ходе серии интервью уточнялось, имели ли место случаи, когда они направляли своих клиентов к психологам или врачам, если им казалось, что своими методами они не смогут решить проблему. В большинстве случаев эксперты отвечали утвердительно, однако 2 эксперта ответили, что не доверяют решение проблем своих клиентов психологам или врачам. В данном случае, сравнивать этот аспект с чем-либо, не представляется возможным. По дан-

ному вопросу не было найдено никаких исследований, тем не менее, это не умаляет его значимости.

Даже когда напрямую в ходе интервью, у информантов спрашивалось видят ли они какие-то региональные особенности в своих практиках, все почти одинаково отвечали, что особенностей никаких нет:

«Нет. Это просто классическое таро. То же самое, вне зависимости от того, в какой стране мы находимся. Даже если бы мы были за рубежом – там было бы одно и то же.» (Информант 6. Девушка, 20 лет. Таролог).

«Нет, специфики как таковой нет» (Информант 7. Девушка, 37 лет. Рунолог).

Таким образом, мы вынуждены признать, что рассмотренные эзотерические практики (Астрология, таро, руны, магия, шаманизм) не имеют какой-то особой региональной специфики в Республике Татарстан, если опираться на исследования, проводимые в других российских регионах.

Понимание, к которому мы пришли, тоже является важным результатом. Теперь, в ходе дальнейших исследований, у нас имеется больше оснований полагать, что мы имеем дело с точно такими же эзотерическими практиками, которые в среднем имеются в остальной России. Чтобы изучать, например, как воздействуют на образ жизни жителей Татарстана эзотерические практики, мы все же для начала должны понимать, с чем имеем дело. Вопрос о том, как эзотерические практики действуют на образ жизни жителей – очень важный, который позволит оценить степень деструктивности данных социальных явлений. Это является целью дальнейших исследований.

Литература

1. *Шумилина В.Е., Ким А.В.* Анализ рынка «магических» услуг и проблемы его правового регулирования / Социально-экономические и правовые проблемы современного общества: коллективная монография. – Мельбурн: Auspublishers. – 126 с.
2. *Петров Д.В.* Эзотерический бизнес в России: на примере скрытого включенного наблюдения в московский эзотерический центр Д // Социология религии в обществе позднего модерна. – 2020. – № 9. – С. 79–85.
3. *Гришина Е.А.* Оккультные услуги в потребительском пространстве современного российского общества // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». – 2019. – № 3. – С. 100–101.

СЕКЦИЯ «ЖИЗНЕННОЕ ПРОСТРАНСТВО СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ: ВЫЗОВЫ, ПРОБЛЕМЫ, ВОЗМОЖНОСТИ»

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ МОЛОДЁЖИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ГЕНДЕРНЫЙ ФАКТОР

Абдулазизова Влада Акрамовна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Хайруллина Юлдуз Ракибовна

Казанский (Приволжский) федеральный университет,

*Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан,
Казань, Россия*

Аннотация. В условиях экономической нестабильности актуальными становятся исследования гендерных различий в финансовой активности населения при формировании и использовании сберегательных и инвестиционных стратегий. В данной статье анализируются гендерные различия в построении сберегательных и инвестиционных стратегий молодыми людьми. Ряд данных, связанных с выбором моделей сберегательного и инвестиционного поведения россиян, рассматривается по результатам опроса, проведенного Аналитическим центром НАФИ. Представляет интерес гендерная дифференциация экономических стратегий среди молодежи – социально-демографической группы, которая первой начнет пользоваться услугами финансового рынка.

В свете гендерных различий были рассмотрены такие важные для изучения финансовых стратегий вопросы, как необходимость и наличие сбережений; способы распоряжения финансами (сначала сберегать, потом тратить или наоборот); доля дохода, направляемая на сбережения; цели формирования сбережений; умение строить горизонт планирования собственных расходов; виды и цели инвестирования денег. Выявлены различия в финансовых стратегиях юношей и девушек при осуществлении сбережений. Были сделаны выводы о важности понимания потребностей молодежной аудитории для разработки целей, которые позволят повысить финансовую грамотность среди этой группы населения.

Ключевые слова: гендерные различия, молодёжь, сбережения, инвестиционные стратегии.

Разработанность темы и методология исследования.

Современные тенденции в финансовой активности населения рассматриваются в научных публикациях с точки зрения: экономических ожиданий на поведение человека, трудовые стратегии как источник дохода и возможности эффективного инвестирования полученных средств; принадлежность к определенной социальной и возрастной группе населения; гендерные различия в экономической активности исследовались как на отечественном, так и на международном уровнях. Психологические (эмоциональные) различия между мужчинами и женщинами при принятии финансового решения были доказаны психологическими исследованиями, которые подчеркивают, что гендерные различия оказывают влияние на цели сбережений; однако при изучении данной темы необходимо также учитывать взаимосвязь между поведенческой моделью человека и уровнем его финансовой грамотности [1, 2]. Отношение молодежи к деньгам, способы их получения и вложения, подходы к оценке собственного благосостояния и благосостояния других людей, а также денежные установки молодежи в условиях нестабильного экономического развития - темы, которые часто привлекают внимание ученых. Инвестиционное поведение юношей и девушек напрямую отражает их финансовую грамотность и навыки анализа рынка. Вовлеченные в инвестиционный процесс, юноши и девушки, как правило, интересуются различными финансовыми инструментами.

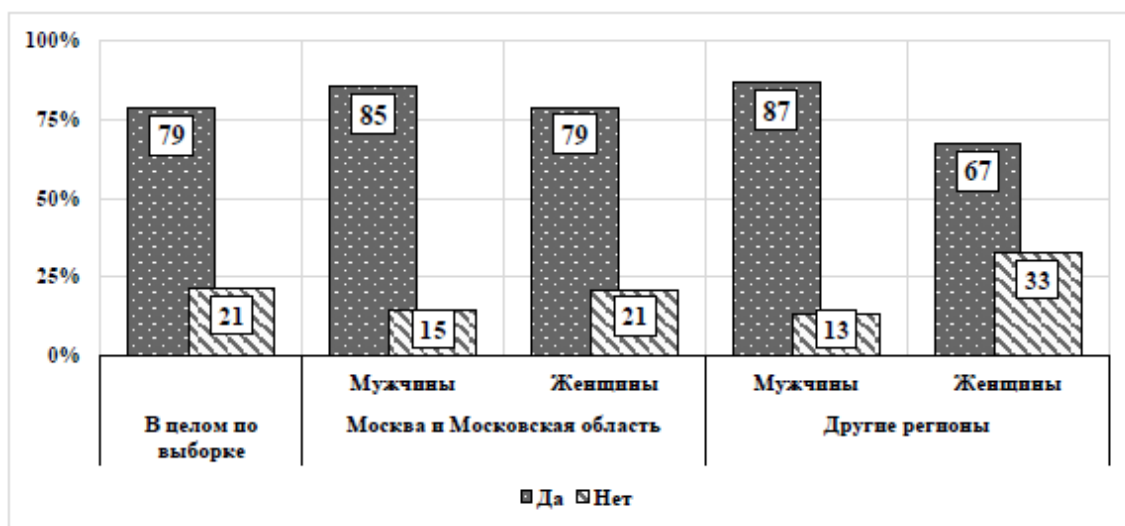
Однако, как показывают статистика и публикации, лишь небольшая часть молодых людей активно инвестирует, в то время как большинство хранит свои сбережения в наличных или на банковском депозите. Ученые выделяют гендерную дифференциацию при рассмотрении уровня финансовой грамотности молодежи.

Наличие и необходимость сбережений.

За последние 12 лет доля россиян, считающих, что нет необходимости откладывать часть своих доходов и делать сбережения, сократилась с 53 % до 37 % [4]. Ожидается, что эта тенденция сохранится и в ближайшие 10 лет. Различия в сберегательном поведении жителей разных регионов практически исчезли. Опрос, проведенный среди молодежи, показал: гендерные различия менее заметны среди молодых жителей Москвы и Московской области, в отличие от представителей других регионов России (табл. 1). Женщины, проживающие не в Московской области, реже откладывают деньги, чем мужчины.

Таблица 1

Распределение молодежи на вопрос «Имеете ли Вы сбережения?», в % от опрошенных в целом по выборке и полу в зависимости от региона проживания



Источник: НАФИ. – URL: <https://nafir.ru/analytics/snachala-otlozhit-potom-potratis-za-10-let-rossiyane-nauchilis-gramotnee-rasporyazhatsya-svoimi-deng/> (дата обращения: 23.04.2023).

Стратегии финансового менеджмента.

Существует три основных способа управления своими финансами: откладывать часть дохода, а оставшуюся часть тратить на текущие нужды; тратить сначала на повседневные нужды, а оставшуюся часть откладывать на "запасные" деньги; и тратить весь доход, не откладывая ничего на будущее. Доля россиян, придерживающихся первого способа, выросла с 12 % в 2011 году до 19 % в 2021 году. Часть полученных средств используется для удовлетворения текущих потребностей, а оставшаяся часть откладывается (с 32 % в 2011 году до 40 % в 2021 году). Малообеспеченные люди чаще других склонны тратить весь свой доход на текущие нужды (43 %). Такое отношение более характерно для молодых людей, чем для пожилых (табл. 2), не столько потому, что они более ответственно относятся к сбережениям, сколько потому, что меньшие расходы (особенно если они живут с родителями) облегчают им эту задачу.

Можно увидеть, что практики сбережений среди молодежи несколько изменились в начале 2021 года. Каждый второй респондент в возрасте 18–35 лет, предпочитал сначала откладывать определенную сумму денег, а остальное тратить на свои нужды; только 17 % сначала тратили деньги, а то, что оставалось, откладывали, причем 28 % респондентов не всегда имели четкую стратегию. Девушки, по сравнению с юношами, демонстрировали модели сбережений, которые не совпадали с теми, которые демонстрировали юноши.

Таблица 2

Практики распоряжения по возрастным группам в % от опрошенных в 2020 году

Income management practices by age group in % of respondents in 2020

Возрастная группа	«Стараемся сначала что-то отложить, а остальные деньги тратим на текущие нужды»	«Тратим деньги на текущие нужды, а что остается – откладываем»
18–24 года	20	39
25–34 года	19	42
35–44 года	18	40
45–59 лет	17	39
60 лет и старше	18	35

Источник: НАФИ. – URL: <https://nafi.ru/analytics/tolko-kazhdyy-pyatyy-rossiyanin-otkladyvaet-dengi-s-zarplaty/> (дата обращения: 25.04.2023).

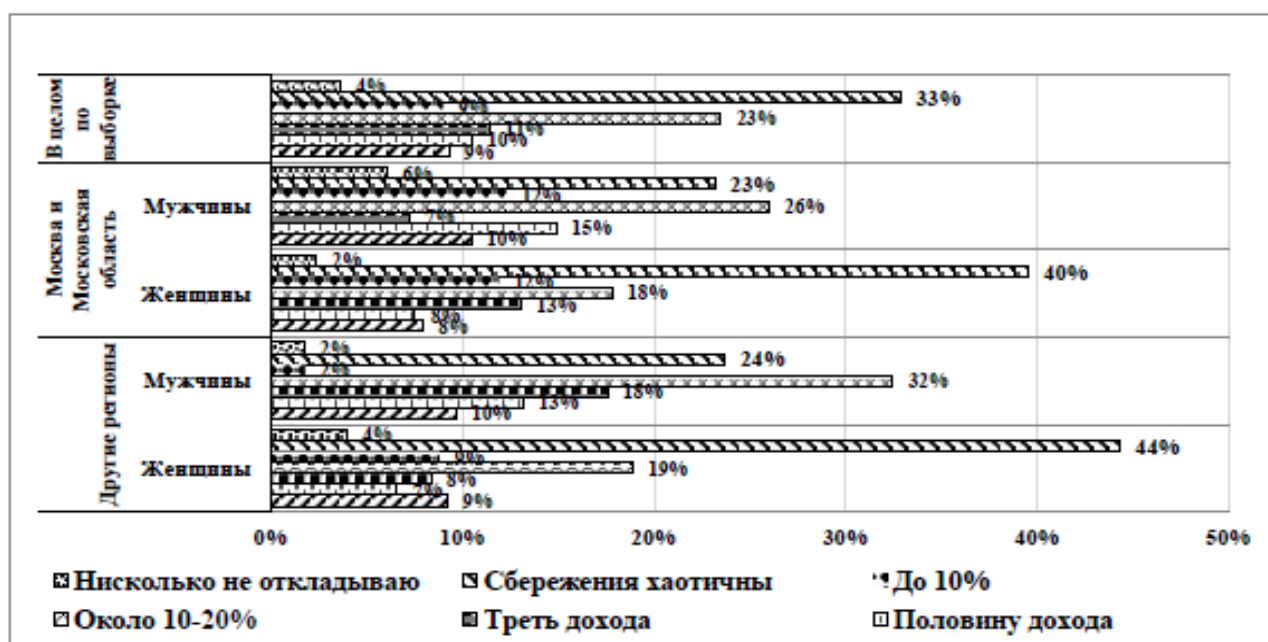
Доля располагаемого дохода, направляемая на сбережения.

Исследование выявило значительные гендерные различия в сберегательных стратегиях молодых людей. Мужчины откладывают в среднем 10 % – 20 % от своего дохода (26 % в Московской области, 32 % в других регионах). Женщины, как правило, менее стабильны, их стратегия формирования сбережений в основном хаотична (40 % в Московской области, 44 % в других регионах). Этот факт может быть связан с особенностями жизни женщин – когда в их обязанности входит решение большого количества вопросов, связанных с ежедневными потребительскими расходами, они в большей степени, чем мужчины, подвержены влиянию эмоций при принятии финансовых решений.

Формирование ежемесячных сбережений напрямую связано с горизонтом планирования и умением распределять имеющиеся средства (табл. 3).

Таблица 3

Распределение ответов молодежи на вопрос «Какую, примерно, долю дохода Вы откладываете ежемесячно?», в % от опрошенных в целом по выборке и полу в зависимости от региона проживания



Источник: НАФИ. – URL: <https://nafi.ru/projects/finansy/finansovaya-gramotnost-rossiyan-2023/yu> (дата обращения: 23.04.2023).

Инвестиционные стратегии.

Опрос аналитического центра НАФИ также показал, что в Московской области в три раза больше молодых мужчин, чем молодых женщин, инвестируют в инструменты фондового рынка (61 % против 20 %) [6]. По регионам разрыв еще больше – 52 % против 8 %. Этот результат может быть связан с тем, что инвестиционная практика менее распространена в регионах. Исследование также показало, что на вопрос о безопасности инвестирования женщины реже считают эту практику безопасной и связанной с различными видами рисков.

Наиболее распространенной причиной, которую называют женщины, не инвестирующие в фондовый рынок, является сложность понимания инструментов и возможностей. Среди респондентов, отметивших этот фактор, 40 % – из Москвы, 44 % – из других регионов. Примечательно, что молодежь доверяет этому виду инвестиций: только 2 % мужчин и 6 % женщин в Москве говорят, что не инвестируют, потому что не доверяют инструментам фондового рынка. В то же время 16 % женщин в других регионах говорят, что инвестирование в акции требует много денег, а уровень доходов ниже, чем в Московской области.

Главными мотивами молодых инвесторов для инвестирования в фондовый рынок являются 1) возможность создания пассивного дохода в будущем, и они составляют 85 % в Москве и Московской области, 92 % в регионах; 2) получение первого опыта инвестирования – 45 % и 47 % в Москве и Московской области, 38 % и 62 % в регионах. Примечательно, что таких женщин большинство в регионах, что говорит о растущем интересе к этому инструменту и, по возможности, готовности использовать его в будущем. Другие российские исследования также подтверждают такую психологическую особенность женщин-инвесторов, как низкая склонность к риску, что означает, что женщины тщательно оценивают все инвестиционные решения, сопоставляя каждое из них с другими альтернативами, прежде чем принять окончательное решение (они предпочитают акции надежных компаний, которые показали хорошую доходность за последние несколько лет) [3].

Так, по итогам опроса инвестиционного сервиса Тинькофф Банка «Тинькофф Инвестиции», большинство женщин-инвесторов в России (57 %) не очень любят рисковать, но и не отказываются от риска полностью, а явную склонность к риску выказывали лишь 25 % россиянок (их доля практически не меняется в зависимости от того, есть ли в их семьях дети) [5]. Среди женщин наиболее популярна стратегия «купи и держи», её придерживаются около 87 % опрошенных. Большой доле (41 %) инвесторов-женщин – от 28 до 38 лет. В общих чертах эти исследования подтверждают выводы авторских социологических опросов. Исследование инвестиционного сервиса Тинькофф Банка «Тинькофф Инвестиции» показало, что женщины-инвесторы в России (57 %) не очень любят риск, но не отказываются от него полностью и склонны рисковать только 25 % россиянок (их доля практически одинакова в зависимости от того, есть ли в их семьях дети). Стратегия «купи и держи» наиболее популярна среди российских женщин, ее придерживаются около 87 % респондентов. Большая доля (41 %) женщин-инвесторов находится в возрасте от 28 до 38 лет. В целом, данные исследования подтверждают выводы социологических опросов, проведенных автором.

Заключение.

Результаты исследования выявили в целом положительную тенденцию в формировании сбережений среди молодежи и растущий интерес к инвестиционным стратегиям. В частности, мужчины проявляют повышенный интерес к инструментам фондового рынка, в то время как женщины также демонстрируют растущую склонность к ним. Однако существуют барьеры для инвестиций: отсутствие необходимых знаний о возможностях фондового рынка; небольшие суммы располагаемых денежных средств, которые не позволяют извлекать высокие доходы, а также формировать сбережения. Повышение финансовой грамотности среди молодежи даст долгосрочные источники финансирования для российской экономики в будущем. Для разработки рекомендаций по совершенствованию навыков и компетенций в принятии финансовых решений, а также персонализированных предложений по привлечению данной группы населения на финансовый рынок необходимо учитывать гендерные различия. Текущие финансовые потребности в сочетании с семейными обязанностями затрудняют для жен-

щин возможность накопить достаточно денег для спокойной старости. Женщины часто тратят на семью и детей больше денег, чем мужчины. Чтобы привлечь молодых женщин к инвестированию и, как следствие, получить финансовое вознаграждение для себя и других участников экономического рынка, представителям финансовых институтов следует обратить внимание на эту социально-демографическую группу и сформировать персонализированные рекомендации. Что касается повышения финансовой грамотности молодой женской аудитории, то здесь важно сосредоточиться на использовании более эмоционального языка о преимуществах инвестирования. Для того чтобы решить проблему относительно низкой финансовой уверенности женщин и заставить их чувствовать себя более комфортно при инвестировании, полезным будет контент, менее насыщенный «профессиональным жаргоном». Женщины боятся, что их «разоблачат» в отсутствии знаний об инвестировании и финансах в целом, и этот страх влияет на их взаимодействие с финансовыми консультантами.

Литература

1. *Аликперова Н.В.* Инвестиционные стратегии молодежи: поиск возможностей в решении социально-экономических проблем // Экономика. Налоги. Право. – 2022. – № 4. – С. 116–123.
2. *Малкина М.Ю., Рогачев Д.Ю.* Взаимосвязь финансовой грамотности в сфере цифровых технологий и личностных характеристик российских студентов: гендерный аспект // Женщина в российском обществе. – 2018. – № 3 (88). – С. 104–115.
3. *Неврюев А.Н.* Нет риска – нет награды? Отношение к риску в инвестиционном поведении // Национальное здоровье. – 2018. – № 3. – С. 127–130.
4. Аналитический центр НАФИ / Сначала отложить, потом потратить: за 10 лет россияне научились грамотнее распоряжаться своими деньгами. – URL: <https://nafi.ru/analytics-/snachala-otlozhit-potom-potratit-za-10-let-rossiyane-nauchilis-gramotnee-rasporyazhatsya-svoimi-deng/> (дата обращения: 25.04.2023).
5. Тинькофф Инвестиции составили «Портрет современного розничного инвестора». – URL: <https://www.tinkoff.ru/about/news/14022020-tinkoff-investments-research-retail-investor-portrait/> (дата обращения: 23.04.2023).
6. Финансовая грамотность россиян – 2023. – URL: <https://nafi.ru/projects/finansy/finansovaya-gramotnost-rossiyan-2023/> (дата обращения: 21.04.2023).

ВЛИЯНИЕ ГОРОДА И ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА НА СТУДЕНЧЕСКУЮ ЖИЗНЬ КАЗАНСКОЙ МОЛОДЕЖИ (ПО МАТЕРИАЛАМ ЭКСПЕРТНОГО ИНТЕРВЬЮ)

Ахметзянова Эвелина Аделевна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Привлекательность крупных городов как наиболее предпочтительных мест проживания, где имеется широкий спектр возможностей для удовлетворения насущных потребностей современного человека, сегодня становится одним из определяющих факторов интенсификации территориальной мобильности молодежи. Образ города и образ «будущего» оказываются тесно связаны в сознании молодых людей и сливаются в целостный образ, в котором мегаполис, как высокоресурсная территория, выступает особым пространством для реализации жизненных планов. Данная статья посвящена исследованию субъективного аспекта проблемы, связанной с социальными оценками комфортности городского пространства для студентов. Результаты исследования основываются на данных экспертного интервью о влиянии городской среды на студенческую жизнь молодых людей.

Ключевые слова: городская среда, восприятие городского пространства, студенческая молодежь, город Казань, экспертное мнение.

Современные города постоянно меняются, в них появляются новые улицы и жилые комплексы, магазины и торговые центры, перестраивается транспортный поток, открываются места для отдыха и развлечений и т.д. Все это, несомненно, оказывает большое влияние на их жителей, на то, как они взаимодействуют с окружающим миром [1, с. 162], а также на восприятие городского пространства в целом. Одним словом, это называется «городская среда» [2, с. 85–98]. В процессе изменения среды города важно учитывать мнения его горожан и их ожидания по поводу будущих перемен. Данный аспект напрямую влияет на социальную и экономическую сферы жизнедеятельности.

Однако не менее важным вопросом для социологического осмысления выступает проблема противоречия между объективным состоянием городского пространства и субъективными оценками его комфортности студентами. Бурное развитие города порождает у людей проблемы с пониманием его образа и ориентацией в нем. Понимание образа, заложенного проектировщиками и архитекторами, его искажение и изменение в ходе жизнедеятельности жителей в процессе их взаимодействия с архитектурной и материальной средой города показывает, что образы, заложенные в планировке и архитектурных ансамблях, их видение и использование, могут не совпадать.

Для более достоверной оценки динамики развития и улучшения качества пространства необходимо обращаться, в первую очередь, к населению конкретного города. Одной из самых внимательных и требовательных категорий граждан является молодежь, а особо яркой ее подкатегорией является именно студенческая молодежь. Она состоит из наиболее разнообразных «пользователей» города, и, можно предположить, в силу своего возраста чаще выражает несогласие с ее окружением. Так как молодежь в большинстве своем активна, любознательна и прогрессивна [6, с. 47–49], она может предъявлять требования к качеству городской среды в более разнообразном ключе, чем консервативные категории граждан.

Данные, приведенные в статье, составляют качественный этап социологического исследования, посвященного изучению субъективного контекста проблемы противоречия между реальным состоянием городского пространства и социальными оценками его комфортности студентов. Этап был реализован с помощью метода экспертного глубинного интервью (n = 10). Отбор информантов производился с помощью методов целенаправленной выборки – путем личного обращения к разного рода специалистам в градостроительной деятельности через социальную сеть «ВКонтакте».

В основе наших концептуальных размышлений лежала теория городского планирования К. Линча. Он разработал теорию городской формы [5, с. 23–25], т. е. как жители воспринимают городскую среду, а также каковы последствия этого для проектирования непосредственно городов. Социолог первым обратил внимание на визуальные элементы и когнитивные идеи городского пространства, внося свой вклад в теорию когнитивного восприятия городской среды. По его мнению, образ города должен быть визуально четким и читаемым для человеческого восприятия.

Опираясь на результаты нашего социологического исследования, можно сделать выводы о том, что на данный момент большинство экспертов с профессиональной точки зрения характеризует городское пространство Казани как молодежное, привлекательное, комфортное и интересное место для проживания: *«со своей профессиональной точки зрения я бы охарактеризовала городское пространство Казани как комфортное и чистое пространство. <...> Много парков и других интересных мест»* (женщина, 26 лет, инженер производственно-технического отдела); *«городское пространство Казани становится все более комфортным для проживания разных возрастных категорий горожан»* (мужчина, 31 год, преподаватель вуза по направлению Землеустройство и кадастры); *«Казань хорошеет на глазах. <...> Возле нашей музыкальной школы на ул. Пионерская благоустроили детскую площадку. Так вся округа заглядывает сюда. Дети в восторге»* (женщина, 34 года, главный бухгалтер в строительной компании); *«жители Казани очень любят проводить время в парках, скверах и на набережных, т.к. у нас очень красиво, можно отдохнуть, перекусить, провести время с друзьями. Недавно открыли экстрим-парк «Урам», он привлекает молодых ка-*

занцев и спортсменов-экстремалов со всех уголков России. Здесь самые современные спортивные площадки, сюда приходят тренироваться самые искусные скейтеры, велосипедисты, самокатчики, проводятся различные фестивали, концерты и многое другое. В нашем городском пространстве есть все условия для хорошего отдыха, спорта, развлечений. Также есть специальные оборудования для инвалидов и людей преклонного возраста, это очень важно для жителей Казани. Например, в парке «Черное озеро» есть тактильная дорожка для слепых людей» (женщина, 23 года, дизайнер интерьеров).

Только небольшой процент информантов отметил некоторые проблемы, которые на данный момент встречаются в городской среде и находятся на стадии устранения: «считаю, что одной из современных проблем городского пространства Казани, с точки зрения землеустройства, является разрастание городской агломерации и вследствие этого повышенное ожидание проезда на дорогах (пробки), особенно это ощущается на въездах в город. Чаще всего «стоит» Горьковское шоссе. Одна из предпринятых мер городской властью – расширение транспортной развязки» (мужчина, 24 года, экономист в строительной компании); «Казань очень изменилась. Город стал молодежным, красивым, современным... <...> но исчезло очарование старины» (женщина, 35 лет, кадастровый инженер).

По мнению опрошенных специалистов, студенческая молодежь в настоящее время определенно интересуется городским пространством, его планированием и совершенствованием: «я думаю, что да. <...> Сегодня молодежь работает, в основном, на фрилансе или с нежестким рабочим графиком. Тем самым для работы они выбирают различные парки, библиотеки, кафе, рестораны и т.д.» (женщина, 22 года, СММ-специалист в сфере недвижимости); «да, думаю, молодежь интересуется городским пространством» (женщина, 26 лет, инженер производственно-технического отдела); «думаю, что для молодежи данный вопрос очень важен при выборе места своего как обучения, так и проживания» (мужчина, 31 год, преподаватель вуза по направлению Землеустройство и кадастры). Они считают, что молодежь – это двигатель прогресса, катализатор новых либеральных идей и, конечно, главный оценщик городских изменений. На сегодняшний день данная категория людей старается участвовать в каждой сфере жизнедеятельности и особенно интересуется городской средой.

Наиболее популярными объектами городского пространства, на которые обращают особое внимание казанские студенты, оказались рекреационные зоны – парки, скверы, аллеи и т. п. Все потому, что в подобных местах они могут восстанавливать физические и моральные силы, бесплатно заниматься спортом и просто проводить время со своими друзьями и близкими: «студенческая молодежь в теплое время года «живет», в основном, в рекреации – парках, скверах, и, соответственно, будет рада политике их перезагрузки» (мужчина, 24 года, экономист в строительной компании); «молодежь обращает внимание на парки, где можно не только отдохнуть и погулять, но и заняться активными видами спорта. Хороший тому пример «Парк Урам» (женщина, 26 лет, инженер производственно-технического отдела). Также, на наш взгляд, стоит отметить открытые площадки со свободным входом и бесплатным Wi-Fi, такие, как кафе, торговые центры, современная библиотека в Национальном культурном центре, места для коворкинга: «молодежь, я думаю, больше интересуется местами, где можно погулять, «потусить», полезно и продуктивно провести свободное время, отдохнуть» (женщина, 35 лет, кадастровый инженер).

На вопрос «Как Вы думаете, есть ли у нашей городской среды какие-то особенности, которые могли бы отразиться на взаимодействии граждан?» были получены интересные ответы. Эксперты указывали довольно разные места Казани: «несомненно, есть. <...> Даже, к примеру, в том же самом парке «Урам» молодежь приходит тренироваться, любоваться красотой и просто погулять – а человек от туда уже уходит вдохновленный, заряженный» (женщина, 22 года, СММ-специалист в сфере недвижимости); «пешеходная улица Баумана мягко подталкивает людей к социальному взаимодействию – это выступление уличных музыкантов и деятельность мерчендайзеров» (мужчина, 24 года, экономист в строительной компании); «конечно, есть. <...> На нашу детскую площадку помимо детей приходят и люди пожилого возраста, и мамочки с детьми» (женщина, 29 лет, главный бухгалтер в строи-

тельной фирме). В ходе анализа эмпирического материала выяснилось, что существует много городских объектов, которые хорошо способствуют объединению студентов в различные сообщества. По мнению экспертов, это может сильно помочь в их свободном самовыражении, неограниченном проявлении инициативы и общении.

Говоря об уровне участия в городе [3, с. 98], необходимо немного рассказать про это явление. Этот термин обозначает культуру участия или соучастия граждан. Например, благоустройство территории, создание общественных пространств или помощь другим людям. Насколько же развиты сообщества в городской среде Казани? Мнения специалистов разных областей градостроительной деятельности разделились. Кто-то уверен, что уровень участия в городе низкий или не достаточный, и, в целом, требующий должного развития: *«мне кажется, что сообщества в городской среде развиты слабо. <...> Уровень участия, по моему мнению, в нашем городе низкий»* (женщина, 26 лет, инженер производственно-технического отдела); *«уровень участия средний»* (женщина, 23 года, дизайнер интерьеров). Другие утверждают, что уровень, наоборот, довольно высокий по меркам такого крупного города: *«сообщества развиты хорошо, при желании можно оставить свои жалобы и пожелания для рассмотрения. Однако люди редко пользуются этим, так как многие не знают куда обращаться и как проходит эта процедура»* (женщина, 22 года, СММ-специалист в сфере недвижимости); *«участие существует, в основном, в пределах одного двора для равноценного вклада каждого жителя в общее дело. <...> Но, обращаясь к истории, опыт участия был положителен: например, республиканский проект «Скверы и парки Татарстана», предлагающий жителям сформировать пожелания для благоустройства городских зон»* (мужчина, 24 года, экономист в строительной компании); *«в Казани с сообществами все в порядке. С каждым годом их становится все больше»* (мужчина, 31 год, преподаватель вуза по направлению Землеустройство и кадастры).

Что касается отношения информантов к идее соучастного проектирования, то практически все дали положительный ответ: *«я очень положительно отношусь к идее соучастного проектирования»* (женщина, 26 лет, инженер производственно-технического отдела); *«отношусь положительно, поддерживаю участие. Я считаю, это хорошее решение со стороны организаторов, т.к. у людей есть возможность быть частью проекта»* (женщина, 22 года, СММ-специалист в сфере недвижимости); *«положительно, потому что учитываются больше интересы»* (мужчина, 24 года, экономист в строительной компании). По их мнению, благодаря таким мероприятиям городские пространства проектируются более качественно, с учетом потребностей большего количества людей. Из плюсов также было отмечено, что город становится таким, каким его хотят видеть горожане, а у жильцов многоквартирных домов есть возможность высказать свои пожелания, ведь в конечном итоге им предстоит пользоваться результатами проекта.

К элементам комфортного городского пространства для студенческой молодежи эксперты отнесли ровные, чистые и широкие дорожные покрытия, подсветку городских дорог, качественную архитектуру и малые архитектурные формы, парки и скверы, спортивные секции и площадки, велодорожки, торговые центры, продуктовые магазины в шаговой доступности, наличие общественного транспорта, зеленое благоустройство среды, реставрация старых зданий и т.д. Дискомфортным же можно считать противоположность комфорту.

Далее данное исследование коснулось того, как прирост иногородних и иностранных студентов влияет на Казань. Большинство экспертов оценило это влияние как положительное: *«я считаю, что прирост иногородних и иностранных студентов хорошо влияет на городское пространство. Благодаря посещению Казани туристами и иностранными студентами, например, наша экономика улучшается, а, следовательно, финансирование городских пространств тоже»* (женщина, 26 лет, инженер производственно-технического отдела); *«со мной раньше в одной группе учились студенты из Китая, чему я очень благодарна. На парах они, в свою очередь, знакомили нас с традициями Китая, делились своими ощущениями от России и Казани. <...> Это на самом деле очень круто, когда есть возможность обменяться информацией, увидеть и послушать человека из другой страны или города»* (женщина,

22 года, СММ-специалист в сфере недвижимости); «они привносят свою изюминку» (мужчина, 31 год, преподаватель вуза по направлению Землеустройство и кадастры).

По мнению С.А. Ильиных, мегаполис формирует особый тип ментальности [4, с. 81], одна из черт которой – активное привлечение опыта самих горожан для формирования образа города. Этому способствует и диалогичность как особая характеристика культурного пространства мегаполиса: посредством диалога осуществляется соединение качественно различных субъектов и феноменов, возникают общие смыслы, нормы, ценности и конвенции [7, с. 202].

Таким образом, проведенное социологическое исследование показало, что тема, касающаяся влияния города и городского пространства на жизнь казанских студентов, заслуживает дальнейшего изучения. Полученные результаты можно использовать для последующего изучения вопроса городской среды и взаимодействия с ней студенческой молодежи. Практическая значимость подобных исследований состоит в том, что через понимание того, как студенты оценивают городскую среду, можно детальней и качественней подходить к вопросу изменения и создания молодежных пространств. В большем масштабе понимание приоритетов студентов может позволить развивать городские общественные пространства с учетом мнения активной части горожан.

Литература

1. Антонова Н.Л. Горожане как субъект формирования имиджа города // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2016. – № 2 (26). – С. 160–166.
2. Глазычев В.Л. Социально-экологическая интерпретация городской среды. – М.: Наука, 1984. – С. 85–98.
3. Заборова Е.Н. Город как социальное пространство // Социологические исследования. – 2013. – № 2. – С. 97–100.
4. Ильиных С.А. Мегаполис как объект социологического исследования // Дискуссия. – 2016. – № 3 (66). – С. 80–85.
5. Линч К. Образ города. – М.: Стройиздат, 1982. – 328 с.
6. Ольденбург Р. Третье место. Кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества. – М.: Новое литературное обозрение, 2014. – 454 с.
7. Рукша Г.Л. Мегаполис как социально-культурное явление // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2011. – № 17 (2). – С. 199–204.
8. Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые создают будущее. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 384 с.
9. Ефлова М.Ю., Гимадеева Д.Р. Конструирование религиозной идентичности в поликультурном обществе: социальные детерминанты // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2013. – Т. 155. – № 6. – С. 15–22.
10. Ефлова М.Ю. Социальное исключение депривированных групп в современном обществе // Вестник экономики, права и социологии. – 2015. – № 1. – С. 190–194.

ГРАЖДАНСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ В КОНТЕКСТЕ ИНТЕГРАЦИИ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

Бинеева Наталья Камильевна

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия

Аннотация. В статье представлены результаты прикладного социологического исследования состояния гражданской идентичности молодежи в условиях социальной неопределенности. Гражданская идентичность в качестве одного из индикаторов интеграции обще-

ства проанализирована через призму оценки социально-экономической обстановки в стране в 2022 году, субъективной оценки материального положения, проявление уважения к другим этническим группам, состояния исторической памяти и когнитивных компонентов гражданской идентичности молодежи. Результаты исследования показали, что этническая и политическая культура молодежи, ценностно-нормативные условия ее социализации сопряжены с когнитивными, эмоциональными и поведенческими компонентами гражданской идентичности молодежного сегмента российского общества.

Ключевые слова: гражданская идентичность, молодежь, интеграция, российское общество, социальная неопределенность.

Молодежь как субъект социальных взаимодействий и процессов общественного воспроизводства в современном российском обществе не однородна не только по социально-экономическому положению, обладанию символическим и культурным капиталом, но и социально-политическим взглядам, ценностным установкам и принципам. События международного уровня, кризис мировой политики, усиление санкционного режима в отношении России обостряют проблемы политического и социального характера, провоцируя моральные паники в обществе, усиливают состояние неопределенности, в котором находится российское общество и особенно ее молодежный сегмент.

Социально-экономические контуры формирования гражданской идентичности молодежи в условиях неопределенности наряду с институциональными условиями образовательной среды выступают в качестве структурных объективированных оснований процесса конструирования гражданской идентичности представителями молодого поколения.

Прикладное социологическое исследование, проведенное в 2022 году, объектом которого выступали молодежь Ростовской области и Республики Крым, которые обучаются в организациях средне специального и высшего образования, позволило провести эмпирическую верификацию ценностных оснований и детерминант формирования гражданской идентичности молодежи. В рамках исследования проведен массовый анкетный опрос ($n = 4575$) студентов в возрасте 16–24 лет, в том числе студентов высших учебных заведений ($n = 2521$) и учебных заведений среднего профессионального образования ($n = 2054$).

В условиях однородного правового и социально-политического поля в регионах Юга России, включенных в выборку данного исследования, имеются социокультурные, исторические и социально-экономические различия, оказывающие влияние на процессы гражданской идентификации молодежи.

Оценка социально-экономической обстановки в России в целом и в регионе проживания, в частности, носит скорее позитивный характер: студенты вузов и ссузов не так остро воспринимают экономические реалии, так как во время обучения располагают социальным и экономическим капиталом родительских семей. Каждый второй респондент ситуацию, как в России, так и в регионе в целом оценивает как «благополучную» и «скорее благополучную». При этом среди студентов образовательных организаций Республики Крым положительных ответов зафиксировано на уровне 63 % в России и 66,1 % в регионе при средних значения по всей выборке в 54,2 % и 58,0 % соответственно. Среди студентов из ЛНР/ДНР выше процент оценок в категориях «кризисная» и «скорее кризисная» (по совокупности 38,2 % при средних по выборке 32,8 % по России и 34,8 % при средних 30,4 % по региону). Молодежь, проживающая до поступления в вуз в сельской местности, положительные оценки несколько выше, чем у городской, при этом они ситуацию в регионе своего проживания (63,0 %) в целом оценивают лучше, чем в стране (57,7 %) в целом.

Ожидания изменений в социально-экономической сфере, свойственные молодежи, имеют многосоставные характеристики, так как 33–36 % опрошенных отмечают, что в ближайшие 2–3 года ситуация в России улучшится, в оценках каждого пятого (независимо от региона проживания) «ситуация ухудшится». Порядка трети респондентов не имеют сформированного мнения по данному вопросу, что может быть характерно для состояния неопределенности текущего момента. Особых отличий между обучающейся молодежью

в Ростовской области, Республике Крым нет, в том числе такие оценки характерны студентам из ЛНР/ДНР. Дифференцирующего влияния по индикатору «тип поселения», не выявлено: ожидания городской и сельской молодежи идентичны (34–38 % ожидают улучшений, каждый пятый – 19–21 % ухудшений и практически треть – 26–27 % – затруднились с ответом).

Социально-экономический фактор конструирования гражданской идентичности был определен в рамках данного исследования такими индикаторами как «субъективная оценка материального положения», «совмещение учебы с работой», «оценка жилищных условий», «возможности проведения досуга», «оценка личной безопасности».

Анализ двумерных распределений показал, что, несмотря на определение молодежью общей социально-экономической ситуации в позитивной коннотации, их субъективная оценка личного материального положения не обладает интегрирующим потенциалом, а наоборот выступает критерием, дифференцирующим их идентификационные структуры. В частности, среди той молодежи, которая ощущает свое материальное положение как хорошее, выше процент испытывающих чувство гордости тем, что они являются россиянами (74,2 % среди «материально благополучных» и 45,6 % – среди испытывающих материальные трудности и оценивающих свое положение как плохо»). Соответственно индифферентное отношение к своей гражданской принадлежности и выраженное негативное (я стыжусь, что являюсь россиянином), находится в зависимости от состояния удовлетворенности своим материальным положением. Процент не имеющих сформированного отношения к своему гражданско-правовому статусу выше среди имеющих негативные оценки своего материального положения.

Таблица 1

Отношение молодежи к российскому гражданству
в зависимости от материального положения, %

	Материальное положение		
	Хорошо	Удовлетворительно	Плохо
Я горжусь тем, что я россиянин	74,2	60,6	45,6
Отношусь к этому безразлично	17,1	26	33
Я стыжусь того, что являюсь россиянином	1,2	1,8	5,4
Являюсь гражданином другой страны	2	3,2	3,9
Затрудняюсь ответить	5,5	8,4	12,1

Формирование гражданской идентичности в условиях поликультурного российского общества предполагает проявление уважения к другим этническим группам, сохранение и развитие языкового и этнокультурного многообразия. При однозначно высоком проценте положительно относящихся к представителям других национальностей (78,1 % против 3,6 % негативного отношения по всей выборке), отношение к представителям других культур среди молодежи также имеет зависимость от субъективной оценки своего материального положения. Соответственно положительное отношение уменьшается по мере снижения уровня материального благополучия молодежи (в их субъективных оценках), а невысокий процент, имеющих негативное отношение более выражен среди молодежи с низким уровнем материального благополучия (в 2 раза чаще, чем в группе с оценкой «хорошо»). Такая же тенденция и в отношении затруднившихся с ответом, несформированное отношение характерно группе с оценкой своего материального положения как «плохого» (7 % против 2,4–3,0 % среди давших оценку «удовлетворительно» и «хорошо»). Восприятие социальной жизни и в частности в сфере межнациональных отношений в позитивной коннотации в 3 раза чаще встречается среди молодежи с позитивной оценки своего материального положения. Среди имеющих «плохое» материальное положение в 3 раза меньше оценивающих данную сферу жизни как «благополучная» и в 3 раза больше тех, кто воспринимает ее как «конфликтную».

Межнациональные отношения в учебном заведении респондентов оцениваются молодежью как более благополучные. Если в России и регионе проживания она оценивается как благополучная каждым третьим (29,2 % в России и 36,0 % в регионе проживания), то в учебном заведении позитивные оценки составляют 62,5 % (больше половины студентов). То есть можно сказать, что сфера образования выступает полем взаимодействия, нивелирующим этнические различия и национальные противоречия: даже среди молодежи с субъективной оценкой материального положения как «плохого» процент позитивных ответов составляет 44,5 %, то есть практически каждый второй.

Таблица 2

Оценка ситуации в сфере межнациональных отношений
в зависимости от субъективной оценки своего материального положения, %

		Хорошо	Удовлетворительно	Плохо	Массив в целом
В России в целом	Благополучная	39,9	23,6	13,4	29,2
	Нейтральная	23,9	28,5	23,3	26,1
	Напряженная	19,5	28,7	28,7	25
	Конфликтная	6,5	8,9	20,3	9,1
	Затрудняюсь ответить	10,1	10,4	14,3	10,7
В Вашем регионе	Благополучная	48,3	29,8	16,4	36
	Нейтральная	30,8	38,3	41	35,5
	Напряженная	10,5	20,1	20,1	16,2
	Конфликтная	2,7	3,2	11	3,8
	Затрудняюсь ответить	7,7	8,7	11,4	8,5
В Вашем учебном заведении	Благополучная	70,4	59,6	44,5	62,5
	Нейтральная	21	28,7	31,5	25,9
	Напряженная	2,2	4	6,7	3,5
	Конфликтная	1	1	4,8	1,4
	Затрудняюсь ответить	5,4	6,7	12,5	6,7

Особых различий в оценках межнациональных отношений в учебном заведении в зависимости от уровня получаемого образования не выявлено. Как в высших учебных заведениях, так и средне-профессиональных образовательных организациях ситуация оценивается в большей степени положительно. Ситуация как благополучная зафиксирована на уровне 60–65 %, как нейтральная на уровне 25,0–26,7 %, как напряженная – 3,4–3,7 % и как конфликтная на уровне 1,1–1,7 %.

Обращает на себя внимание разный уровень оценки молодежью своего положения в сфере профессиональной социализации. Более позитивные оценки характерны студентам средне-профессиональных учебных заведений и это касается, как возможности получить образование и необходимые знания, так и возможности реализоваться в профессии. У студентов ссузов на этот счет больше уверенности и выше уровень удовлетворенности. Возможность реализоваться в профессии оценивается хорошо 55,1 % студентов ссузов, в то время как студенты высших учебных заведений только на 43,2 % придерживаются оценки «хорошо» (разница составляет 11,9 п. п.).

Важность данного аспекта определяется включенностью образовательных ценностей в систему ценностно-нормативной структуры российского общества и слабой ее интегрированностью в сознание и жизненные стратегии молодежи. Если больше половины студентов

связывают профессиональный успех с карьерным ростом (61,4 %), то с интересной работой эта связь выражена только у каждого четвертого респондента (24,9 %).

Учитывая, что такая ценность как «единство народов России» включена в ценностную структуру российского общества и влияет на формирование аксиологического компонента гражданской идентичности, важно учитывать характер отношения молодежи к представителям других национальностей и к особенностям их культуры. Несмотря на относительно позитивные характеристики межэтнических отношений на микроуровне (68,2 % молодежи относятся положительно к людям другой национальности), анализ распределений в региональном разрезе показал некоторые отличия между молодежью Ростовской области, Республики Крым и вновь присоединенных регионов. В частности, показатель положительного отношения выше среднего по всему массиву характерен обучающейся молодежи Ростовской области (73,3 %), в Республике Крым этот показатель ниже на 14,1 %, а среди студентов из присоединенных территорий – на 12,2 % и составляет 61,1 %. При относительно незначительных показателях негативного отношения к людям другой национальности, они в 2 раза чаще проявляются среди молодежи Республики Крым (4,2 % – относятся с недоверием, 1,7 % – с ненавистью) и студентов из новых территорий РФ (2,1 % – с осторожностью и 3,9 % – с ненавистью).

Таблица 3

Отношение к представителям других национальностей,
к особенностям их культуры в зависимости от региона проживания, %

	Республика Крым	Ростовская область	ЛНР / ДНР	Массив в целом
Отношусь к ним положительно, с уважением к их культуре	59,2	73,3	61,1	68,2
Отношусь к ним положительно, если их культура не противоречит моей культуре	10,8	9,4	10,8	9,9
Отношусь к ним с безразличием, нейтрально	19,3	12,8	15,6	15,1
Отношусь к ним с недоверием, осторожностью	4,2	1,6	2,1	2,5
Отношусь к ним с презрением, ненавистью	1,7	0,8	3,9	1,1
Затрудняюсь ответить	4,8	2,1	6,6	3,1

В частности, проявление негативного отношения к людям другой национальности в случае со студентами из присоединенных территорий может быть объяснено относительно монокультурным составом населения в данных регионах и низким процентом друзей и просто знакомых другой национальности в их окружении. Так, 12,8 % студентов из новых территорий РФ не дружат с людьми другой национальности, среди них на 16,2 % меньше тех, кто имеет близких друзей другой национальности, что отличает их от других групп молодежи, проживающих в традиционно поликультурных регионах.

Анализ двумерных распределений влияния этнокультурного фактора на формирования гражданской идентичности, зафиксированный через такие индикаторы как «этническая самоидентификация», «гражданская самоидентификация» и «патриотическая самоидентификация» показал, что среди студентов из ЛНР/ДНР (55,5 % из студентов ЛНР/ДНР идентифицируют себя этническими украинцами), считают себя гражданами другой страны (25,6 %), то есть каждый четвертый. Таким образом, правовой аспект интеграции на основе получения российского гражданства, не обеспечивает ее социокультурного и идентификационного компонента и требует особого внимания к вопросам формирования гражданской идентичности у студентов из присоединенных регионов.

По той же причине заслуживает внимания и интегрирование в социокультурное пространство российского общества молодежи из числа крымских татар, являющиеся гражданами РФ, но в то же время испытывающие трудности с самоопределением в отношении гражданства РФ. Во-первых, среди них низкий процент тех, кто гордится тем, что является россиянином (41,4 % при средних значениях 64,6 %). Во-вторых, достаточно высокий процент индифферентно относящихся к своему российскому гражданству (выше средних значений по массиву в 2 раза, 40,6 % среди крымско-татарской молодежи и 23,0 % по всему массиву). В-третьих, высокий процент не имеющих сформированного мнения в отношении российского гражданства, будучи гражданами РФ (15,0 % при средних значениях 7,6 %).

Соотношение с «патриотической самоидентификацией» показало те же тенденции: каждый пятый молодой человек с этнической идентичностью украинца однозначно не считает себя патриотом России. Совокупный процент отрицательных ответов составляет 33,0 %, а если учесть процент затруднившихся с ответом (21,2 %), получается 54,2 %. В такой же логике зафиксированы и ответы студентов с крымско-татарской идентичностью. Среди них, несмотря на 8 лет вхождения Республики Крым в состав РФ и наличия у жителей полуострова российского гражданства в течение всего этого времени, крымско-татарская молодежь затрудняется с ответом на вопрос о своей патриотичности. При средних значениях по всей выборке в 14,0 % практически каждый четвертый (24,1 %) затруднился с ответом и на этом же уровне в 24,0 % молодежь данной этнической группы отрицает свое патриотическое отношение к Российской Федерации (что больше средних значений по выборке на 11,0 %). Таким образом, вопрос формирования гражданской идентичности молодежи в регионах Юга России должен учитывать фактор этничности и связанный с этим аспект исторической памяти молодежи.

Историческая память как фактор формирования гражданской идентичности проявляется в сформированном интересе молодежи к истории страны, участию в исторических клубах, участии необходимости проявлении уважения к Победе страны в Великой Отечественной войне и как следствие в необходимости ежегодного отмечаемого Дня Победы 9 мая. Молодежь, считающая, что историческая память и преемственность поколений являются важными условиями развития российского общества, сохранения целостности общества, его национальной безопасности, как правило, имеют сформированную гражданскую идентичность, окрашенную эмоциональным чувством гордости. Среди тех, для кого историческая память важна, 70,7 % гордятся тем, что являются россиянами. В то время как в группе считающих историческую память не важным фактором развития общества, испытывающих чувство гордости всего 38,5 %, что практически в 2 раза меньше значений по первой группе респондентов. Вместе с тем в данной группе выше процент тех, кто испытывает чувство стыда за то, что является россиянином (10,4 %, что в 5 раз выше средних значений и в 10 раз больше, чем ответов в группе, считающих историческую память важным условием развития общества).

Таблица 4

Отношение к гражданской принадлежности в зависимости от понимания важности исторической памяти и преемственности поколений для российского общества, %

	В целом не важно	В целом важно	Затрудняюсь ответить	Массив в целом
Я горжусь тем, что я россиянин	38,5	70,7	34,6	64,6
Отношусь к этому безразлично	36,3	20,5	33	23,1
Я стыжусь того, что являюсь россиянином	10,4	0,9	2,7	1,9
Являюсь гражданином другой страны	6,8	2,2	3,8	2,8
Затрудняюсь ответить	8,1	5,7	25,9	7,6

Двумерные распределения ответов, на вопрос об интересе к истории страны в зависимости от возраста, показывают разный характер интереса у молодежи 16–18 и 22–24 лет. Чем старше респонденты, тем ниже уровень интереса к истории России: каждый четвертый респондент в возрасте 22–24 года практически не имеет интереса к данной теме (из них 12,3 % данная тема не интересна, 13,6 % – затруднились с ответом на данный вопрос).

Таблица 5

Когнитивные компоненты формирования гражданской идентичности в зависимости от возраста респондентов, %

	16–18 лет	19–21 лет	22–24 лет	Массив в целом
Интересуетесь ли Вы историей России				
Да, постоянно, эта тема мне очень интересна	31,1	33,0	28,2	31,7
Интересуюсь от случая к случаю	54,0	52,8	45,8	53,0
Данная тема мне не интересна	9,6	8,8	12,3	9,5
Затрудняюсь ответить	5,3	5,4	13,6	5,9
Знаете ли Вы текст Гимна Российской Федерации?				
Да, знаю весь текст наизусть	59,6	58,8	51,5	58,8
Помню отдельные фрагменты	35,8	35,6	30,6	35,4
Не знаю текста Гимна РФ	4,5	5,6	17,9	5,8
Читали ли Вы Конституцию Российской Федерации?				
Да	79,8	84,4	71,1	81,0
Нет	20,2	15,6	28,9	19,0

Тенденцию снижения выраженности когнитивных компонентов гражданской идентичности по мере увеличения возраста респондентов подтверждают ответы на вопрос и знания гимна и Конституции РФ. Среди молодежи 22–24 лет (17,9 %) процент не знающих текста гимна РФ в 4 раза превышает численность группы 16–18 лет (4,5 %) и в 3 раза тех, кому 19–21 год (5,6 %). Если по знанию Конституции разрыв ниже и это может быть объяснено институциональными требованиями системы образования (тема Конституции включена в курс обществознания и в вопросы ЕГЭ по данному предмету), то знание текста гимна выступает более «сенситивным» индикатором когнитивного компонента гражданской идентичности человека.

Данная тенденция может быть объяснена, с одной стороны, социальными и образовательными практиками студентов старших курсов, ориентированных в большей степени, чем 16–18 летние на профессиональную деятельность, создание семьи, воспитание детей. С другой, результатами организации воспитательной работы в системе среднего школьного образования, которая за последние годы усилила патриотический компонент в рамках как учебной, так и внеучебной работы.

Согласно данным, полученным в ходе проведенного исследования, будущее России для молодежи представляется весьма неопределенным, чуть больше третьей части опрошенных стараются сохранить позитивный настрой и считают, что в ближайшие 2–3 года социально-экономическая ситуация в стране улучшится. Молодые люди, находящиеся в затруднительных условиях, склонны связывать свое положение с условиями, созданными государством, что влияет на характер их гражданской идентификации. Подобное положение, в большей степени, характерно для представителей «старшей» возрастной группы (от 22 до 24 лет), так как они «вступают во взрослую жизнь»: начинают строить карьеру, создают семью. Вероятно, отчасти этим объясняется часть негативных тенденций, выделенных в отношении гражданской идентичности представителей данной возрастной когорты, а также увеличением объема воспитательной работы в институциональных условиях системы

школьного образования, что усилило когнитивный и эмоциональный компонент гражданской идентичности и патриотичности молодежи 16–18 лет. Этническая культура респондента, социально-политические ценности, доминирующие в публичном дискурсе и ценностно-нормативные условия процесса социализации играют роль в формировании гражданской идентичности, влияя как на когнитивные, эмоциональные, так и поведенческие компоненты данного процесса. Исследование показало, что правовой статус гражданственности на основе получения российского паспорта, без социокультурного и идентификационного компонента не обеспечивает полной интеграции в российское общество и требует особого внимания к вопросам формирования гражданской идентичности у молодежи, в том числе у студентов из присоединенных регионов.

Литература

1. Указ Президента РФ от 9 ноября 2022 года № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей». – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502> (дата обращения: 30.04.2023).
2. Федеральный закон от 30 декабря 2020 года № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации». – URL: <https://rg.ru/documents/2021/01/11/molodez-dok.html> (дата обращения: 30.04.2023).

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ О НЕНОРМАТИВНОЙ ЛЕКСИКЕ

**Брюханова Анастасия Константиновна,
Синьковская Ирина Георгиевна**

Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия

Аннотация. Современная молодежь использует ненормативную лексику без особого контроля, тем самым снижая общий и личный уровень культуры. Статья содержит анализ восприятия ненормативной лексики в молодежной среде.

Ключевые слова: ненормативная лексика, сленг, социолингвистика, молодежь.

На сегодняшний день в молодежной среде ненормативная лексика воспринимается как нечто обыденное и принимаемое обществом. Этому способствует пассивная реакция социума на употребление ненормативной лексики в большинстве ситуаций общения. Само понятие ненормативная лексика определяется как лексика, нарушающая нормы и правила русского языка и используемая в разговорной речи различными группами и слоями населения [2].

В состав ненормативной лексики входят [4]:

– нецензурная лексика, включающая в себя грубейшие (похабные, непристойный, вульгарные) выражения. Разновидностью нецензурной лексики в русском языке является мат.

– сленг, сленговые выражения – языковые средства, которые в основном употребляет молодежь для неформального общения [1].

– жаргон – разновидность речи какой-либо группы людей, объединенных единой профессией, занятием и т.п. [1].

– арго – термин, применяемый для обозначения совокупности языковых средств, вырабатываемых членами определенных общественных групп для целей внутригрупповой, часто – тайной коммуникации [6].

– слова – паразиты – слова, которые люди употребляют часто, но при этом не вкладывают в них никакого значения, тем самым заполняя паузу [6].

Как утверждают многие современные исследователи, нынешняя русская речь находится в состоянии глубокого кризиса: происходит расширение употребления нецензурной бра-

ни, сленга, заимствование англицизмов, появление новых слов, правописание которых не утвердилось.

По данным Фонда «Общественное мнение» нецензурная лексика сегодня распространена среди россиян очень широко. Согласно данным социологического исследования «Нецензурная лексика», наиболее активно нецензурную лексику использует молодежь [3]. В частности, студенты (по их собственному признанию) постоянно употребляют в своей повседневной речи нецензурную лексику, и делают это с определенной периодичностью. Использование ненормативной лексики в своей речи, по мнению молодых людей, позволяет сделать ее более эмоциональной, живой, быть лучше понятым среди людей.

По результатам опроса, проводимого КГУ им. Н.А. Некрасова среди различных учебных заведений в 2012 году, выяснилось, что 77 % молодых респондентов используют нецензурную брань в своей речи с разной степени частоты (постоянно, часто, редко), и лишь 23 % не когда не употребляют брань в своей речи [5].

Современная молодежь использует ненормативную лексику без особого контроля, тем самым снижая общий и личный уровень культуры. Использование ненормативной лексики является формой девиации, которая отражает смещение ценностных ориентаций в асоциальную сторону. В сознании молодежи грань между нормой и отклонением стирается, поэтому употребление ненормативной лексики для них является допустимой.

Основными источниками повышения культурного уровня выступают образование, воспитание, самосовершенствование. Студенческая молодежь – это социокультурная элита, которая в дальнейшем будет заниматься управлением социума. Развитие культуры общения обязывает студента высшего учебного заведения овладеть ею как универсальной характеристикой специалиста, позволяющей выполнить социальные ожидания общества и выйти на высокий профессиональный и личностный уровень. Таким образом, для культуры общества важно определить отношение студенческой молодежи и практики применения ненормативной лексики.

Актуальность исследуемой проблемы диктуется необходимостью выявления точного представления о том, что учащаяся молодежь г. Красноярска понимает под «ненормативной лексикой». С целью получения данных об представлениях студенческой молодежи о ненормативной лексике было проведено социологическое исследование.

Методом исследования было выбрано анкетирование, что позволило получить независимую и полную картину по предмету исследования. В результате исследования опрошено 233 студента-бакалавра очного отделения ИППС по 5 направлениям, 78 % женского пола и 22 % мужского. Возраст опрошенных от 17 до 25.

Каждому из респондентов предлагалась анкета, включающая в себя 15 вопросов закрытого и полужакрытого типа. Анкета была разделена на блоки в соответствии с индикаторами: включенность вида ненормативной лексики в повседневную речь, ситуации употребления определённого вида ненормативной лексики, типичные характеристики человека, употребляющего определённый вид ненормативной лексики, эмоции, связанные с употреблением определённого вида ненормативной лексики, установка на профилактику применения определённого вида ненормативной лексики.

Также была выдвинута следующая гипотеза: в представлениях студентов, употребление ненормативной лексики является допустимым, обладает ситуативным характером и оценивается неоднозначно.

Второй блок вопросов связан с индикатором «Включенность вида ненормативной лексики в повседневную речь». По результатам опроса студенты ИППС используют ненормативную лексику в разной степени и в разных местах в зависимости от вида ненормативной лексики (мат, жаргоны и сленг использует в кругу друзей – 77 %, 57 % и 80 % соответственно, слова-паразиты – на учебе (63 %) и дома (71 %)). По мнению студентов ИППС в основном закреплению ненормативной лексики в речи способствуют социальные сети, друзья и знакомые. Данный индикатор доказывает предположение о том, что в представлении студентов употребление ненормативной лексики допустимо и носит ситуативный характер.

Третий блок связан с индикатором «Ситуации употребления определённого вида ненормативной лексики». Опрос показал, что большинство студентов используют сленг при общении с друзьями (94 %) и одногруппниками (81 %). Можно сказать, что сленг в сознании студентов возможен для употребления в неформальных кругах общения. Проанализировав ответы, можно увидеть тенденцию к безразличию – почти половина студентов безразлично относится к употреблению ненормативной лексики в их присутствии. Что подтверждает предположение о том, что употребление ненормативной лексики носит ситуативный характер.

Большее половины респондентов считают, что мат чаще всего используют по отношению людей, которые обидели или причинили вред (65 %). Можно предположить о том, что мат в сознании респондентов имеет негативную окраску. Мат как один из видов ненормативной лексики допустимо употреблять в стрессовых ситуациях, эмоционального напряжения (64 %). К тому же по результатам опроса мат обладает большим спектром эмоций. В основном у студентов человек, употребляющий мат характеризуют следующими прилагательными: не образованный, не воспитанный, нормальный, эмоциональный, открытый, харизматичный, общительный, современный, некультурный, грубый и молодой. Данные ответы были получены с помощью четвертого и пятого блоков индикаторов «Типичные характеристики человека, употребляющего определённый вид ненормативной лексики» и «Эмоции, связанные с употреблением определённого вида ненормативной лексики» соответственно. Можно сказать, что употребление ненормативной лексики оценивается неоднозначно, что опять-таки подтверждает гипотезу исследования.

Шестой блок вопросов связан с индикатором «Установка на профилактику применения определённого вида ненормативной лексики». Основным выводом по данному блоку заключается в том, что большая часть респондентов все-таки следят за своей речью и готовы принимать конкретные действия. Но также стоит обратить внимание на ту часть студентов, которые не собираются контролировать свою речь и принимать какие-либо действия по уменьшению ненормативной лексики. Это почти одна треть всех опрошенных студентов. Возможна тенденция к увеличению этой группы в будущем.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в представлениях студентов, употребление ненормативной лексики является допустимым, обладает ситуативным характером и оценивается неоднозначно. По результатам данного исследования было сформулировано более детальное представление о сегодняшней учащейся молодежи. Полученные в ходе работы данные могут быть использованы преподавателями высших учебных заведений в курсах языковедения и риторики при выборе тем для занятий и бесед со студентами. Также результаты исследования могут быть использованы в качестве базы исследовательской, аналитической и проектной деятельности социолога, работающего в сфере социолингвистике.

Литература

1. *Ахматова О.С.* Словарь лингвистических терминов. – 2-е изд. – М.: Советская энциклопедия, 1966. – 608 с.
2. *Киенко Т.С.* Ненормативная лексика как социальный феномен (анализ опроса жителей провинциального российского города) // Социологические исследования. – 2016. – № 5 (385). – С. 124–133.
3. Центр ФОМ. – URL: <https://fom.ru/Obraz-zhizni/13626> (дата обращения: 01.12.2022).
4. *Стенуль Ю.М.* Понятие и состав ненормативной лексики как атрибута речевого взаимодействия // Теоретические и методологические аспекты коммуникации: сборник научных трудов кафедры межкультурной экономической коммуникации Белорусского государственного экономического университета. – Минск: РИВШ, 2015. – С. 121–125.
5. *Уварова Л.Р.* Обсценная лексика подростков и молодежи как социально-педагогическая проблема / Л.Р. Уварова, Д.С. Хлюстова // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. Серия: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика. – 2008. – № 6. – С. 46–50.

б. Универсальная научно-популярная энциклопедия «Кругосвет». – URL: <https://www.krugosvet.ru/search/node/арго> (дата обращения: 01.12.2022).

ОСОБЕННОСТИ СТИЛЯ ЖИЗНИ НЕЕТ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ МОЛОДЕЖИ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

**Буркутова Ирина Игоревна,
Максимова Ольга Александровна**

Казанский (Приволжский) Федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация: в рамках реализации количественного этапа исследования, направленного на изучение стиля жизни НЕЕТ молодёжи, был выбран метод массового опроса. По результатам анкетирования выявлены особенности стиля жизни молодых людей, относящихся к категории НЕЕТ. Анкетирование было проведено заочно, т.е. с помощью Google Forms. Всего в опросе приняло участие 1409 человек, проживающих в городе Казань. В рассмотренном анализе составлена выборка из обучающейся молодежи города Казань.

Ключевые слова: НЕЕТ, стиль жизни, молодежь, эмпирическое исследование, работа, образование, социальная изоляция, удовлетворенность жизнью, потребление, отдых, социальная коммуникация, социально-психологические факторы.

В современном обществе наблюдается рост числа молодых людей, которые не работают и не учатся, что приводит к социальным, экономическим и психологическим проблемам. Одной из главных проблем НЕЕТ-молодежи является социальная изоляция и низкий уровень удовлетворенности жизнью, что может привести к различным психологическим расстройствам и негативным последствиям для здоровья [1, с. 9]. Кроме того, НЕЕТ-молодежь может столкнуться с проблемами в социальной адаптации и поиске работы в будущем. Изучение особенностей стиля жизни НЕЕТ-молодежи является важным для понимания причин и механизмов формирования этой категории людей, а также для разработки соответствующих программ и политик для их поддержки и социальной реабилитации.

В рамках реализации количественного этапа исследования, направленного на изучение стиля жизни НЕЕТ молодёжи, был выбран метод массового опроса. Анкетирование было проведено заочно, т.е. с помощью Google Forms. Всего в опросе приняло участие 1409 человек, проживающих в городе Казань. Респонденты были разделены на 2 возрастные группы: 18–22 года, 23–27 лет. Анкета состояла из 44 вопросов, 5 из которых были посвящены исследованию стиля жизни НЕЕТ-молодежи.

Для начала обратимся к распределениям респондентов в общей совокупности. Рассмотрим пол, возраст, материальное положение, уровень образование и трудоустройство. Мужчин среди всей опрошенной молодежи оказалось немного больше (58,3 %), чем женщин (41,7 %). Молодежь в возрасте 18–22 лет составляла половину общей выборки, другую половину составила возрастная группа 23–27 лет. Процентная разница между группами возрастов составила 0,2 %. Из этого следует вывод, что охвачено приблизительно одинаковое количество молодёжи в каждой возрастной группе.

Исходя из полученных данных было отмечено, что большинство опрошенных (33,5 %) имеют высшее образование. 22,5 % респондентов еще учатся в вузе. 29,2 % только окончили школу. Наименьшее количество респондентов получает средне-специальное образование – всего 14,8 %.

Большинство респондентов отметили, что они без труда могут позволить себе купить холодильник, телевизор, мебель, но на большее денег нет (62,4 %). В двух крайностях, где в первой человек сводит концы с концами и, второй, может позволить купить себе автомобиль, отмечено приблизительно 24 % опрошенных. Это говорит о среднем достатке среди опрошенной молодёжи Казани.

Относительно занятости опрошенной молодежи: более половины (65 %) респондентов учатся в данный момент. Около 27 % молодежи официально трудоустроено, из которых 18 % респондентов работают во внебюджетной сфере, 8,7 % работают в бюджетной. Среди всех респондентов 5 % не работают и не учатся по причине декретного отпуска или временной безработицы. Данный показатель соотносится с темой исследования по неработающей и не учащейся молодежи (далее NEET).

В данном опросе респондентам было предложено ответить на ряд вопросов, которые затрагивают тему молодёжной безработицы. Все двумерные распределения обработаны с помощью пакета SPSS. Для выявления взаимосвязей между переменными использован статистический критерий χ^2 . Сначала мы рассмотрим общую совокупность казанской молодёжи от 18 до 27 лет.

Первый вопрос звучал следующим образом: «Если бы у Вас была возможность выбора, что бы Вы предпочли из двух вариантов». Респондентам было предложено 2 варианта ответа:

- официальное трудоустройство с более низкой зарплатой;
- неофициальное трудоустройство с более высокой зарплатой.

Около 68 % опрошенной молодежи отметили, что выбрали бы неофициальное трудоустройство с более высокой оплатой. Лишь 19 % ответили, что их интересует официальное трудоустройство с белой зарплатой. Статистически значимых различий в ответах юношей и девушек не было обнаружено.

Большинство респондентов в возрастной группе 18–22 года выбрали бы неофициальное трудоустройство (66,4 %). Ровно, как и группа старше – 23–27 лет. Это говорит о том, что молодёжь предпочла бы остаться в тени и перейти на неофициальное трудоустройство при повышении заработной платы. Для государства такая молодёжь будет считаться не работающей и не учащейся, поэтому доля теневой NEET молодежи может быть существенно выше указанного показателя в государственной статистике.

Перейдем к следующему вопросу: «Если бы у вас был постоянный источник доходов, Вы бы отказались от трудовой деятельности?». Чуть менее половины опрошенных согласились на утверждение о том, что если бы у них был постоянный источник дохода, то они отказались бы от трудовой деятельности. Процент отказавшихся от данного утверждения немногим меньше – 41 %.

Статистически зафиксировано, что возраст опрошенных не зависит от отказа от трудовой деятельности. Более половины респондентов в обеих возрастных группах отказались бы от работы, при условии постоянного источника дохода. 40,8 % в группе 18–22 года и 40,9 % в группе 23–27 лет выбрали продолжить трудовую деятельность. Статистически значимых различий между полом респондентов обнаружено не было.

Следующий вопрос касался временного промежутка после получения образования, через который нужно трудоустроиваться. Большинство мужчин считает, что работу необходимо искать либо сразу же после окончания университета, либо в течение месяца. Женщины придерживались того же подхода, однако в меньшей степени. Эти данные свидетельствуют о том, что и женщины, и мужчины заинтересованы в перспективности своего будущего, карьере и материальном положении. Интересен тот факт, что около 22 % опрошенных считают, что не имеет значения в течение какого времени будет найдена работа. Это может свидетельствовать об инфантильности молодежи, хоть и не в своем большинстве, а также отказе принимать ответственные решения в своей жизни [2]. Другим показателем, зацепившим внимание, является то, что 3,1 % считают, что трудоустроиваться необязательно. Этот процент и вычленяет долю NEET молодежи среди остальных опрошенных.

Чуть более 30 % опрошенных в двух возрастных группах считают, что после обучения устраиваться на работу необходимо сразу же. Чуть меньшим – 16 % и 19,4 в возрастных группах 18–22 года и 23–27 лет соответственно считают, что трудоустроиваться нужно в течение месяца после окончания университета. Обратим внимание на ответ «не обязательно трудоустроиваться». Данный ответ вычленяет категорию NEET молодежи из общей выборки. Благодаря данному ответу мы можем сделать выводы о том, какой процент респондентов

находится сейчас или потенциально может находиться в группе NEET-молодежи. 3,8 % респондентов в возрастной группе 23–27 лет выбрали вариант «не обязательно трудоустроиться». Чуть меньше, 2,3 % опрошенных в возрасте от 18 до 22 лет выбрали данный вариант. На основании полученных данных можно сделать вывод о том, что доля NEET молодежи в возрастной группе 23–27 лет немногим больше, чем в более младшей возрастной группе.

Рассмотрим зависимость уровня образования респондентов с выбором официального трудоустройства. Большинство опрошенных выбрали вариант с неофициальным трудоустройством и серой заработной платой. В среднем процент опрошенных по данному вопросу составил 68,1 % против 21,2 % с белой зарплатой. 20 % опрошенных – студенты высшего образования, выбрали бы белую заработную плату. Это значение немногим превосходит три другие группы: молодёжи со средним, специальным и неполным высшим образованием. Эта незначительная погрешность может говорить о том, что молодёжь с высшим образованием делает выбор в пользу официальной занятости – такое трудоустройство гарантирует стабильность и карьерное развитие в будущем.

Большинство респондентов, вне зависимости от уровня образования, ответили, что отказались бы от трудовой деятельности при постоянном источнике дохода. 42,3 % респондентов с неполным высшим образованием, 39,1 % с основным или средним образованием и 41,3 % с высшим и средне-специальным отметили, что не прекратили бы трудовую деятельность. Ответы разделились примерно поровну, а наличие или отсутствие высшего образования не влияет на отказ от трудовой деятельности.

Теперь рассмотрим зависимость уровня образования от скорости устройства на работу после окончания вуза. Стоит отметить, что большинство респондентов вне зависимости от образования считают, что устраиваться на работу необходимо сразу же после окончания вуза. Однако, респонденты с высшим образованием чаще выбирали данный вариант, по сравнению с другими респондентами, чей уровень образования ниже (34,3 %). Заострим внимание на ответе «не имеет значения» у респондентов, имеющих среднее образование (25,5 %). По сравнению с ответами респондентов из среднего или неполного высшего образования, их процент выше. Можно сделать вывод, что для опрошенных, только закончивших среднее основное образование, вопрос трудоустройства неактуален. 4 % респондентов со средним образованием ответили, что трудоустроиться после образования не нужно. Меньшинство респондентов с более высоким уровнем образования ответили аналогично. $\chi^2 = 37,284$ при $p < 0,001$, поэтому можно говорить, что в категорию NEET-молодежь преимущественно входят люди с основным или средним образованием.

Рассмотрим зависимость материального положения от вопроса «Как Вы считаете через какой временной промежуток после получения образования надо искать и устраиваться на работу?». Обратим внимание на то, что 5 % респондентов с достатком выше среднего считают, что трудоустроиться необязательно. Этот процент выше других групп, с менее состоявшимся материальным положением. В виду данного ответа, можно выдвинуть гипотезу о том, что группу NEET-молодежи составляют более обеспеченные слои населения. Так происходит по причине того, что у молодых людей есть родственники, которые готовы помочь им финансово. Однако, выбранная молодыми людьми стратегия может нанести ущерб как им самим, так и обществу, при потере кормильца в семье ($\chi^2 = 73,176$ при $p < 0,001$).

Официальное трудоустройство с белой зарплатой преимущественно выбирают работающие в бюджетной сфере. Вероятнее всего, это происходит, потому что в данной сфере труда обязательным является трудоустройство по ТК и белая зарплата. И напротив, индивидуальные предприниматели и работники внебюджетной сферы в меньшинстве выбирают вариант официального трудоустройства. Большинство работников внебюджетной сферы заинтересовал вариант с неофициальным трудоустройством и серой высокой зарплатой – 72,6 %. Наибольший показатель регистрируется у неработающих граждан – 75 % ответили, что выбрали бы серую зарплату.

Рассмотрим вопрос о постоянном источнике дохода и его зависимости с трудовой деятельностью молодежи. Чуть менее 60 % временно неработающей молодежи ответили, что

отказались бы от трудовой деятельности при постоянном источнике дохода. Это может говорить о том, что лишь 40 % из всей неработающей молодежи заинтересована найти работу и достичь успехов в карьере и 60 % хотели бы продолжать либо не работать, либо пребывать в теневом секторе и не регистрировать свой заработок. Данная цифра свидетельствует об инфантильности молодежи и о возможных рисках, которые молодые люди могут понести в будущем. К ним относятся:

- сокращение шансов на стабильную занятость;
- низкий уровень доходов и, как следствие, бедность;
- материальную зависимость от других членов семьи;
- ведение асоциального образа жизни;
- невозможность самореализоваться ввиду отсутствия образования;
- попадание в маргинальную среду;
- проблемы с психическим и физическим здоровьем [3, с. 64].

($\chi^2 = 22,731$ при $p < 0,000$). Связь является статистически значимой.

При анализе комбинационной таблицы обнаружена зависимость между такими вопросами, как «Если бы у Вас была возможность выбора, что бы Вы предпочли из двух вариантов» и «Если бы у Вас был постоянный источник доходов, Вы бы отказались от трудовой деятельности?». Респонденты, ответившие на вопрос об отказе от трудовой деятельности при сохранении постоянного источника дохода, чаще выбирали вариант неофициального трудоустройства с более высокой заработной платой. Это может говорить о том, что многие из опрошенных респондентов выбирают наиболее легкий путь самореализации. В связи с этим, представляется возможным выдвинуть гипотезу о том, что NEET-молодежь не отдельно взятая группа, а скорее феномен, с которым предстоит работать исследователям. Нежелание работать и учиться - не единственные критерии, определяющие категорию NEET-молодежи. Большинство опрошенных, занимающихся трудовой деятельностью, при возможности отказались бы от работы и от учебы, в пользу отдыха. Такая стратегия в дальнейшем может губительно повлиять не только на отдельно взятого индивида и его окружение, но и на страну в целом. Связь переменных обнаружена ($\chi^2 = 19,988$ при $p < 0,000$).

Рассмотрим причины нежелания работать и учиться у нынешней молодежи. Около 60 % респондентов указали на невозможность совмещать работу с учебой. Менее 50 % указали вариант недостатка мотивации и уверенности в собственных силах. Это может говорить о том, что нынешняя молодежь в эпоху безграничного выбора путей самореализации теряет на пути к успеху. Молодежь смотрит на своих более успешных сверстников и не пытается предпринимать попытки догнать и опередить [4, с. 22–43]. Кроме вышечперечисленного, 27 % респондентов отметили, что ввиду хорошего обеспечения родителей большинство молодежи не желает работать и учиться. Лень, нежелание что-либо делать и связывать себя обязательствами также является важной причиной того, почему некоторая молодежь аморфна – около 50 % респондентов выбрали именно эти причины. На рынке труда России складывается неблагоприятная ситуация, связанная с приемом на работу молодых людей. Ввиду отсутствия профессионального опыта многих молодых людей не берут на перспективные и высокооплачиваемые позиции [5, с. 157–171]. Исследования показывают несоответствие между запросами рынка труда и спецификой получаемого молодежью образования [6, с. 316]. Именно причину неблагоприятных условий рынка отметили 30 % наших респондентов.

У женщин наиболее частой причиной нежелания работать и учиться является невозможность совмещать работу с учебой (47 %). Меньше всего женщины отмечали вариант тяжелой болезни или инвалидности (35,5 %). Мужчины же, напротив, чаще выбирали именно этот вариант (64,5 %). А наименее частой причиной нежелания учиться и работать мужчины называли хорошее обеспечение родителей (53,5 %).

Респонденты в возрастной группе 23–27 лет чаще отмечали вариант «уход за нетрудоспособными близкими» на данный вопрос о нежелании работать. Возрастная группа от 18 до 22 лет основной причиной называет невозможность совмещать работу с учебой.

Интересным является распределение вопроса между юношами и девушками. Наиболее главной причиной поступления в учебное заведение для юношей является отсрочка от армии (97,4 %). Мужчины также более склонны к получению образования по советам от друзей и знакомых (84,2 %). Что касается девушек, то ответы на данный вопрос распределились практически поровну между получением знаний, желанием родителей и наличием диплома.

Между двумя возрастными группами: 18–22 года и 23–27 лет ответы распределились приблизительно одинаково. И та и другая возрастная группа одной из основных причин получения образования назвала «получение знаний». Наиболее частым ответом в младшей возрастной группе является насыщенная студенческая жизнь. У категории 23–27 лет – это советы друзей и знакомых.

На основе полученных данных можно сделать следующие выводы:

1. Выяснено, что большинство молодых респондентов предпочитают неофициальное трудоустройство, что может привести к увеличению доли теневой NEET-молодежи в государственной статистике. Это указывает на необходимость создания условий для развития официальной занятости и улучшения качества жизни молодёжи.

2. Возраст опрошенных не влияет на отказ от трудовой деятельности. Молодежь заинтересована в своем будущем, карьере и материальном положении, но около 22 % опрошенных считают, что время поиска работы не имеет значения, что может свидетельствовать об инфантильности.

3. Доля NEET молодежи в возрастной группе 23–27 лет немногим больше, чем в более младшей возрастной группе. Группу NEET-молодежи составляют более обеспеченные слои населения, но выбранная молодыми людьми стратегия может нанести ущерб как им самим, так и обществу, при потере кормильца в семье.

4. Официальное трудоустройство с белой зарплатой преимущественно выбирают работающие в бюджетной сфере, но большинство опрошенных, занимающихся трудовой деятельностью, при возможности отказались бы от работы и от учебы в пользу отдыха.

5. Около 60 % респондентов указали на невозможность совмещать работу с учебой, а менее 50 % указали вариант недостатка мотивации и уверенности в собственных силах. Это может говорить о том, что нынешняя молодежь в эпоху безграничного выбора путей самореализации теряет на пути к успеху.

6. Наиболее главной причиной поступления в учебное заведение для юношей является отсрочка от армии.

Благодарность. Публикация подготовлена за счет средств субсидии, выделенной Казанскому федеральному университету для выполнения проекта № FZSM-2023-0022 «Цифровая социализация и цифровая компетентность молодежи в условиях глобальных системных изменений: технологии регулирования, риски, сценарии» в рамках государственного задания.

Литература

1. *Шестакова Н.Н., Иванов О.И., Скворцова М.Б.* Современная российская молодежь вне занятости и образования: кто виноват и что делать: монография / под ред. канд. техн. наук Н.Н. Шестаковой. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2021. – 302 с.
2. Препятствия и перспективы развития человеческого капитала: результаты исследований НИУ ВШЭ по вопросам российского рынка труда. – URL: <https://www.hse.ru/data/2017/03/15/1170170669/>.pdf (дата обращения: 30.04. 2023).
3. *Богачева Н.В., Сивак Е.В.* Мифы о «поколении Z». – М.: НИУ ВШЭ, 2019. – 64 с.
4. *Войскунский А., Солдатова Г.* Эпидемия одиночества в цифровом обществе: хикикомори как культурно-психологический феномен // Консультативная психология и психотерапия. – 2019. – Т. 27. – № 3. – С. 22–43.
5. *Лайкам К.Э.* Молодежь на рынке труда: проблемы и тенденции // Федерализм. – 2018. – № 3. – С. 157–171.

6. Лаукарт-Горбачева О.В., Максимова О.А. Проблемы высшего образования в оценках молодого поколения // Вестник экономики, права и социологии. – 2015. – № 4. – С. 316–321.
7. Ефлова М.Ю. Социальное исключение депривированных групп в современном обществе // Вестник экономики, права и социологии. – 2015. – № 1. – С. 190–194.

РЕЛИГИОЗНАЯ КОНВЕРСИЯ АУДИТОРИИ ЛИЧНОГО БРЕНДА (ПО МАТЕРИАЛАМ ИНТЕРВЬЮ С ПОДПИСЧИКАМИ БЛОГЕРОВ-МУСУЛЬМАНОК РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)

Гарипова Ляйсан Сириновна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Актуальность исследования связана с тем, что в современном обществе можно увидеть некоторые изменения в религии. Так, религия начала возрождаться в умах людей, появилась онлайн-религия, теперь любые интернет-источники могут выполнять миссионерскую деятельность. Сейчас даже религиозные блогеры, транслирующие свои практики могут оказывать влияние на религиозные ценности. В данной исследовательской работе рассматривается личный бренд как один из факторов, побуждающий религиозную конверсию. Религиозная конверсия понимается автором как форма социального или психологического опыта обретения религиозности или перехода из одной религии в другую, в частном случае воспроизводство в сознании взрослого человека религиозности, привитой в детстве. Так, для изучения темы был использован метод полуструктурированного интервью девушек от 18 до 35 лет, подписанных на блогеров-мусульманок Республики Татарстан. В результате анализа выяснилось, что личный бренд действительно может оказывать влияние на религиозные ценности, а характер религиозной конверсии отличается исходя от степени религиозности аудитории.

Ключевые слова: религиозная конверсия, блог, ислам, верующие, личный бренд.

Актуальность. Создание данной научной работы обосновано тем, что появление Интернета затронуло все сферы общественной жизнедеятельности. Так, указанная сеть затрагивает и сферу религии, становится еще одним способом ее распространения.

Исследования ВЦИОМ 2022 года говорят об ослаблении влияния Церкви на общественную жизнь [1]. Это особенно видно во влиянии на разные возрастные категории населения России: Церковь в меньшей степени влияет на молодежь, в большей степени на старшее поколение [15]. Так, возникает необходимость поиска других институтов и авторитетов, влияющих не только на общественную жизнь молодежи в целом, но и на религиозную в особенности.

С другой стороны самыми активно действующими в сети интернет становятся блогеры, которые могут транслировать свои идеи, ценности, образ жизни на широкую аудиторию. Так, блог становится самым просматриваемым интернет-жанром [2]. Актуальность исследования подтверждается еще и тем, что в последние 10 лет такие крупные социологические центры, как ВЦИОМ, вносят категорию «блогер» как вариант самостоятельного ответа для выявления своих авторитетов [3]. Тем самым они подчеркивают значимость блогеров как трансляторов ценностных ориентаций и делают выводы о том, что блогеры становятся каналом распространения информации.

Так, часть функций, которые были присущи Церкви, переходят на блогеров, а именно ценностно-мировоззренческие установки. В связи с этим авторами ставится цель – определить, является ли личный бренд в виде блогеров фактором, вызывающим религиозную конверсию.

Так как в Республике Татарстан большая часть населения исповедует ислам, в поле зрения автора попали «покрытые» мусульманки, ведущие блог в данном регионе.

Поэтому актуальность нашей научной работы обоснована несколькими факторами: повышение значимости религии как важного фактора общественной жизни, становление Интернета как метода трансляции религиозных ценностей, повышение значимости блогеров как трансляторов ценностных ориентаций, рост числа блогеров-мусульманок в Татарстане за последние 5 лет [4], достаточно высокое количество подписчиков блогеров-мусульманок по региональным меркам [5].

Методология исследования. В большей степени религиозная конверсия рассмотрена как переход из одной конфессии в другую [6, 7, 8]. В рамках нашего исследования данный феномен рассмотрен как воспроизводство в сознании взрослого человека религиозности, привитой детстве. Говоря о личном бренде, мы заметили, что он мало изучен как способ продвижения ценностей, но рассмотрен в большей степени в значении товара маркетологами [9] и экономистами [10]. Также исследователями мало изучена ценностно-нормативная функция блога, то есть то, как блог может конструировать и влиять на ценностные ориентации. Нами же личный бренд рассмотрен как фактор, побуждающий религиозную конверсию.

В рамках эмпирического исследования было проведено 11 полуформализованных интервью с девушками от 18 до 35 лет. Критериями отбора респондентов были: подписка на 2 и более выбранных нами блогеров-мусульманок, и интерес к религиозному контентом блогеров. Блогеры мусульманки выбирались исходя из рейтинга блогеров Татарстана, составленного одним из ведущих интернет-журналов данного региона – БИЗНЕС Online [5]. В указанной статье была выделена отдельная категория – 10 топовых блогеров-мусульманок. Возраст респонденток был выбран исходя из результатов вторичного анализа ВЦИОМ [3], в ходе которого было выявлено, что главным образом блогеры являются авторитетами для молодежи – 18–35 лет.

Изучение религиозной конверсии, порождаемой личным брендом, проводилось автором в рамках теории сетевого общества М. Кастельса [11]. Данная теория характеризуется увеличением значимости социальных сетей в информационном (постиндустриальном) обществе. Сами социальные сети описываются автором как динамичные, активные, открытые взаимодействия людей. Если в основе общества стоят такие социальные сети, и они преимущественно воспроизводятся благодаря интернет-технологиям, то такое общество называется сетевым.

Результаты исследования. Религиозная конверсия подразумевает под собой форму социального или психологического опыта обретения религиозности или перехода из одной религии в другую, в частном случае воспроизводство в сознании взрослого человека религиозности, привитой в детстве.

В нашем исследовании рассмотрим религиозную конверсию как воспроизводство в сознании взрослого человека религиозности, привитой в детстве в 2 видах: явный переход от пассивной к активной степени религиозности, менее заметный переход внутри религиозности (как в активной, так и в пассивной).

Так как предметом исследования является религиозная конверсия, побуждаемая личным брендом, нужно дать определение этого понятия. В рамках нашего исследования было выведено собственное определение на основе других работ, которые не связывали личный бренд с продвижением ценностей [12, с. 3; 13, с. 67]: совокупность узнаваемых символов, значений и образов блогера в сознании его аудитории, способных влиять на массовое сознание и поведение при помощи трансляции своих ценностей, знаний, повседневных практик и деятельности.

В связи с тем, что все наши респонденты отметили свою причастность к религии: 9 респондентов – мусульман, 2 – православных, появилась необходимость разделить их на верующих по степени религиозности. Социолог религии Н.П. Алексеев [14] разделил верующих на активных и пассивных. В рамках нашего исследования пассивных верующих будет отличать религиозность по идентичности, то есть причисление себя к определенной религии,

при котором религиозные практики выполняются нерегулярно, редко или вообще не выполняются. Критерии активных верующих будут отличаться исходя из исповедуемой религии. Среди мусульман активными верующими будут считаться те, кто выполняют предписания двух и более столпов ислама из: шахада, закят, пятикратный намаз, пост в месяц Рамадан и хадж. Среди православных выделяют 4 типа религиозностей: неопиты, «захожане», «прихожане», священники – но так как среди респондентов не опрашивались неопиты и священники, деление православных будет только на «захожан» и «прихожан». «Захожане» – являются верующими по идентичности, следовательно, как мы указали выше – пассивными верующими. «Прихожане» являются активными верующими и представляют собой соблюдающих предписания православия: посещают храмы, держат пост и т. д.

Одной из особенностей проявления религиозной конверсии стало положительное изменения об исламе и о мусульманках. Все респондентки говорили о такой трансформации представлений, православные же отмечали увеличение в целом представления об исламе.

Информантка № 11, 29 лет, пассивная верующая: *«Раньше просто никто не рассказывал, религия обсуждалась только внутри религии, а сейчас я хоть имею представление об исламе от самих мусульманок. Ну, то есть, что это такое и с чем его едят (смеется)».*

Респондентки относящие себя к Исламу указывали на то, что раньше они воспринимали ислам как закрытую, полную запретов религию, и эти стереотипы сломались:

Информантка № 3, 18 лет, активная верующая: *«Я раньше боялась покрыться, все-таки осуждение с общества».* **Информантка № 6, 19 лет, пассивная верующая:** *«Мне казалось раньше, что ислам это про запреты, сейчас мне так не кажется».* **Информантка № 2, 24 года, пассивная верующая:** *«Раньше же думали, да и многие, наверно, думали, что мусульмане закрытые и им все запрещено по религии».*

Также большинство респонденток указывало на ломку стереотипов о самих мусульманках:

Информантка № 6, 19 лет, пассивная верующая, мусульманка: *«Я поняла, что они могут быть красивыми, то, что одеваться можно очень красиво, то, что можно вести такую же полноценную жизнь. Что девушки могут так же любить себя как и обычная девушка, так же воспитывать детей».*

Наиболее распространенными акторами появления стереотипов послужили старшее поколение бабушек и дедушек, закрытость религии, неосведомленность о религии, образ знакомых мусульманок

Респонденты указывали влияние блогеров на религиозность как на себя, так и на своих знакомых.

Информантка № 3, 18 лет, активная верующая, мусульманка: *«В моем окружении люди, которые подписаны на Хуснутдинову [блогер], говорят, что она их смотивировала. Ну, вообще многие же из-за этих блогеров покрылись, особенно из-за Хуснутдиновой, она как прям путеводитель, кто-то на намаз встал... Люди больше узнают о религии, интересуются, многие покрываются, начинают читать намаз».*

Говоря о конкретном влиянии на самого респондента, поделим ответы исходя из групп: активно верующие мусульманки, пассивно верующие мусульманки, активных и пассивных православных мы рассмотрим вместе, так как среди них только 2 респондентки.

Среди православных респонденток религиозная конверсия принимает вид только менее заметного перехода внутри активной и пассивной степенью религиозности – достаточно специфическое влияние: респонденты, изучая чуждую для себя религию, становились ближе к своей:

Информантка № 10, 19 лет, активная верующая: *«Стала больше читать молитвы, Библию, посещать церковь, посты держать, то есть смотреть на все, жить по предписаниям то есть. Моя вера укрепилась. Даже вот когда Гузель выложила видео, где надо вставить на намаз, я сразу подумала, вот мы христиане тоже же читаем молитвы и иногда забываем или что то, вот мы тоже должны не забывать и читать, жить с мыслью о Боге».*

У ныне пассивных верующих мусульманок осуществляется малозаметный переход в степени религиозности, то есть они становятся более религиозными, но они не переходят от пассивно верующих к активным:

Информантка № 8, 31 год: *«Начали есть халяльную продукцию, стараемся держать уразу, но я пока не могу, я готовлю мужу, встаю ночью. Религиозная информация, которую они дают, реально мотивирует. Если их не смотришь просто об этом думать, ты уже визуально не видишь этого. И что-то не так. А когда видишь, хочется поменять образ уже».*

У ныне активных верующих существует 2 сценария религиозной конверсии:

– резкий переход в степени религиозности от пассивного верующего к активному: **Информантка № 7, 19 лет:** *«Я еще больше начала заниматься благотворительностью, встала на намаз, начала больше изучать ислам и Коран вообще, ну, в Интернете обычно».*

– малозаметный переход внутри своей степени религиозности: **Информантка № 5, 23 года:** *«Я чаще начала думать об Аллахе, чаще благодарить его... Ну, вот я еще начала больше надевать одежду более закрытую, не хочу все показывать, как раньше».*

Выводы. Таким образом, проведенное нами исследование позволило выявить связь степени религиозности аудитории и характера религиозной конверсии.

Также у аудитории в результате просмотра блога сменилось привитое главным образом в детстве представление об исламе и о мусульманках: теперь подписчикам блогеров-мусульманок ислам не кажется закрытой, состоящей только из запретов религией, а мусульманки не ассоциируются с тихими, нестильными, зажатыми девушками.

Говоря о влиянии контента с религиозной тематикой на респонденток, мы можем заметить такую тенденцию: не смотря на придерживаемую религию, информанты отмечают, что становятся более религиозными и больше принимают свою веру. Среди конкретных случаев можно выделить самые показательные: начала читать намаз и покрылась, начала полностью держать Уразу – мусульманский пост, начала ходить в церковь.

Религиозная конверсия действительно может происходить в ходе взаимоотношений личного бренда и его аудитории.

* Instagram – соцсеть принадлежит компании Meta, признанной экстремистской и запрещенной на территории России

Литература

1. Церковь и общество: мониторинг / ВЦИОМ. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cerkov-i-obshchestvo-monitoring> (дата обращения: 20.04.2023).
2. Баженова Е.А. Блог как интернет-жанр // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2012. – № 4 (20). – С. 125–131.
3. Кто из известных россиян является для вас авторитетом? / ВЦИОМ. – URL: https://bd.wciom.ru/trzh/print_q.php?s_id=482&q_id=45674&date=28.11.2021 (дата обращения: 20.03.2023).
4. Жизнь после запрета Instagram*: как сложилась судьба топовых мусульманских блогеров Татарстана / Миллиард Татар. – URL: <https://milliard.tatar/news/zizn-posle-zapreta-instagram-kak-slozilas-sudba-topovykh-musulmanskih-bloggerok-tatarstana-1681> (дата обращения: 19.03.23).
5. Активные мусульманки, фитоняшки и продвинутые чиновники: топ-100 инстаблогеров Татарстана / БИЗНЕС Online: Деловая электронная газета. – URL: <https://www.business-gazeta.ru/article/484880> (дата обращения: 18.03.23).
6. Дивисенко К.С., Исаева В.Б. Типология обращения в западный буддизм в контексте концепции социального механизма религиозной конверсии // Научный результат. Социология и управление. – 2020. – Т. 6. – № 3. – С. 117–135.
7. Исаева В.Б. Социальный механизм конверсии в буддизм в условиях переходного российского общества // Научное обозрение. Серия 2. Гуманитарные науки. – 2014. – № 3. – С. 35–46.

8. *Jindra I.W.* A New Model of Religious Conversion: beyond Network Theory and Social Constructivism. – Netherlands: Brill Academic Pub, 2014. – 238 p.
9. *Рябых А., Зебра Н.* Персональный бренд: создание и продвижение / под ред. Е. Малахова. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 304 с.
10. *Котлер Ф.* Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / пер. с англ. А.Чех, Л. Царук, Т.В. Виноградова –М.: «Альпина Паблишер», 2015. – 211 с.
11. *Кастельс М.* Галактика Интернет: Размышления об интернете, бизнесе и обществе / пер с англ. А. Матвеева – Екатеринбург: У-Фактория, 2004. – 328 с.
12. *Милючихина О.А.* Социологические аспекты формирования бренда в системе социально-политических отношений современной России: автореферат дис. канд. социол. наук / О.А. Милючихина. – Саратов, 2009. – 26 с.
13. *Ибрагимова А.А.* Личный бренд как инструмент профессионализации блогеров в современной России: выпускная квалификационная работа бакалавра / А.А. Ибрагимова. – Казань, 2020. – 120 с.
14. *Алексеев Н.П.* Методика и результаты изучения религиозности сельского населения (на материалах Орловской области) // Вопросы научного атеизма / ред. кол.: А.Ф. Окулов (отв. ред.) и др. – М.: Мысль, 1967. – С. 131–150.
15. *Ефлова М.Ю., Гимадеева Д.Р.* Конструирование религиозной идентичности в поликультурном обществе: социальные детерминанты // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2013. – Т. 155. – № 6. – С. 15–22.

ФРИЛАНС КАК ФОРМА ЗАНЯТОСТИ МОЛОДЁЖИ

Гладченко Алина Николаевна

Ярославский государственный университет имени П.Г. Демидова, Ярославль, Россия

Аннотация. Статья посвящена занятости молодёжи во фрилансе с точки зрения концепции экономического человека. В материале рассматривается, какой деятельностью занимаются в указанном формате молодое население, мотивы выхода на фриланс, их взгляд и отношение к возможностям и ограничениям фриланса. На основе авторского исследования и данных, полученных в апреле 2023 года в ходе семи глубинных интервью с молодыми фрилансерами, было выявлено, что фриланс для молодёжи – удобный вариант для достижения личных целей в профессиональном плане, то есть накопление опыта работы без вреда учёбе. Молодые фрилансеры знают об ограничениях, но принимают их за обычный порядок дел. Фриланс как форма занятости молодёжи – это независимость, свобода, индивидуальность и творчество вместе с нестабильностью и отсутствием гарантий. Ограничения фриланса не выступают препятствием для молодых работников.

Ключевые слова: фриланс, занятость, молодёжь, экономический человек, возможности, ограничения, прекарность.

Нестандартная занятость становится все более популярной в условиях современной реальности. Фриланс, одна из форм нестандартной занятости, которая может позволить работать удаленно и гибко управлять своим графиком работы. В среднем, число фрилансеров в России увеличивается каждый год и по данным исследований на 2020 год 14 млн работников, или 20 % от всего занятого населения, являются занятыми во фрилансе [1]. Это особенно привлекательно для молодых людей, которые хотят работать в сфере IT или креативной индустрии. В 2022 году ВЦИОМ в рамках специального проекта с ТАСС представил результаты опроса россиян о фрилансе – назвали себя фрилансерами 5 % россиян, 16 % имеют опыт работы фрилансером больше месяца подряд. Чаще это молодые люди 18–24 лет (12 %); работающие учащиеся (13 %); жители Москвы, Санкт-Петербурга и городов-миллионников (8–9 %); имеющие хорошее материальное положение (11 %) [2].

В работе «Развитие русскоязычного рынка удаленной работы, 2009–2014 гг.», ссылаясь на академическую литературу, приводят определение фриланса в широком и узком смысле. Первое предполагает внеорганизационный характер (самостоятельную занятость) и автономию (независимость в принятии решений). А узкое определение также включает содержание и уровень квалификации труда [3]. Данные характеристики мы использовали как определяющие в ходе исследования и учитывали при поиске респондентов.

В целом, фриланс становится все более популярным в России и во всем мире, и это не удивительно, учитывая его множество преимуществ. Данный формат занятости позволяет людям работать в интересующей их сфере, иметь гибкий график работы и большую свободу в выборе проектов и задач. Кроме того, фриланс может быть более выгоден для работников, поскольку они могут получать больше, чем в случае работы на постоянной основе.

Однако, несмотря на все преимущества, нестандартная занятость может иметь и некоторые недостатки. Во-первых, работа на фрилансе не гарантирует стабильного дохода. В зависимости от количества проектов и заказов, доход может сильно варьироваться. Во-вторых, работа на фрилансе не предоставляет таких социальных гарантий, как оплачиваемый отпуск, больничные и пенсионные взносы. Кроме того, нестандартная занятость может быть связана с некоторыми рисками, такими как неопределенность в будущем, необходимость самостоятельно искать клиентов и партнеров, а также необходимость постоянного обучения и развития своих профессиональных навыков.

Параллельно с развитием фриланса происходит распространение прекаризации занятости, где снова под особым вниманием наблюдается молодое поколение. Риск нестабильности занятости удваивается, потому что нестабильна сама молодёжь. Их влечет гибкость и возможность постоянной смены картины мира.

Фриланс как форма занятости среди молодежи – относительно новая тема исследований. Хотя были проведены исследования, посвященные фрилансу в целом, было проведено ограниченное количество исследований, специально ориентированных на молодых людей и их опыт работы с фрилансом как формой занятости. Например, О.М. Дудина и Д.В. Голованова представили исследование на тему «Социальный портрет молодых российских фрилансеров» и оказалось, что работники данной формы занятости придерживаются ценностей самореализации, их привлекает возможность повышения качества жизни за счёт занятости во фрилансе, но также они и социально уязвимы [4]. К.В. Вольф и И.В. Бархатов исследовали перспективы развития фриланса после пандемии и сделали выводы о существовании объективных и субъективных факторов, оказавших противоречивое на деятельность фрилансеров [5].

Теоретико-методологической базой исследования выступила теория экономического человека, которую определил в своём труде «Экономическая социология» В. В. Радаев. В этой теории автор выделил несколько принципов модели экономического человека: стремление индивидуумом к максимизации результата при минимальных затратах в условиях ограниченных возможностей и ресурсов; обладание свободой выбора; информированность или компетентность экономического субъекта; независимость, эгоистичность или индивидуальность, рациональность и мобильность «экономического человека» [6, с. 19]. Перечисленные признаки соотносятся с поведением на рынке труда фрилансера: он стремится максимизировать свой доход, затрачивая на работу небольшое количество времени и других ресурсов; свободно выбирает себе проекты и заказчиков, график работы; обладает знаниями цифровых технологий и зачастую имеет высшее образование; также фрилансер ориентирован на достижение своих личных целей и интересов, а не на коллективные интересы; он самостоятельно несет ответственность за свои решения и действия, что связано с определенными рисками и неопределенностью в доходах.

Для того, чтобы определить специфику фриланса, как формы занятости молодёжи нами в апреле 2023 года было проведено 7 глубинных интервью с фрилансерами в возрасте от 19 лет до 21 года, которые также в настоящее время обучаются в вузах. Направление образования – социально-экономическое. Интервью проводились в удалённом режиме с при-

менением платформы Zoom. Выборка невероятная с применением метода снежного кома. В работе рассматриваются ответы информантов по следующим блокам: содержание и организация деятельности, опыт работы в других формах занятости и причины выхода на фриланс, возможности и ограничения фриланса. Самое короткое интервью длилось 12 минут, самое длинное – 46 минут.

Содержания деятельности у всех информантов различаются, в основном их деятельность связана с медиапространством, большей частью с дизайном: графический дизайн, моушн-дизайн, создание анимации или логотипов. Также работают в SMM, занимаются созданием рекламы в соцсетях. Двое информантов сочетают несколько разнородных деятельностей на фрилансе: одна из участниц создаёт браслеты ручной работы, а также является копирайтером, пишет на заказ домашние, курсовые и дипломные работы, другой – занимается диджеингом, сведением музыки и дистрибуцией треков.

Информанты в основном работают на фрилансе без регистрации, как «самозанятый» или индивидуальный предприниматель. Связывают это со следующим: *«большинство проектов оформляются по ТК РФ, либо по договору ГПХ»* (ж., 19 л., SMM). У одной участницы есть статус «самозанятого», но это вызвано другой причиной: *«да, зарегистрирована как самозанятый, но самозанятость у меня из-за другой работы, где я преподаю математику»* (ж., 21 г., графический дизайнер). Ещё два информанта зарегистрировали статус «самозанятого» непосредственно для работы на фрилансе: *«я зарегистрирован как самозанятый, да, и иногда с диджеинга я плачу налоги, потому что где-то проходит оплата через бухгалтерию»* (м., 19 л., диджей).

Основной способ получения заказов на работу происходит через «сарафанное радио», в особенности у фрилансеров, которые заняты в данной деятельности более двух лет: *«меня находят через "сарафанное радио". Я не знаю как, конечно, происходит, у них (клиентов) вся эта система, но думаю, что один сказал другому и так пошла цепочка»* (ж., 20 л., копирайтер и хэндмейдер). Распространению информации о деятельности и самом исполнителе способствует позиционирование себя как фрилансера в определённой сфере в социальных сетях. Несколько участников интервью отмечают, что у них сформировалась постоянная база клиентов, обеспечивающая заказами: *«с 2023 года у меня организовалась клиентская база, которая мне время от времени пишет, кидает заказ, задания, которые я уже выполняю. То есть на фриланс-биржах я уже не сижу»* (м., 20 л., 3D-дизайнер и моушн-дизайнер). Иногда для поиска интересных проектов обращаются на площадку HeadHunter. Недавно пришедшая во фриланс информантка прибегает к самостоятельному поиску клиентов, применяет различные способы распространения информации о своей деятельности: *«я выложила объявление на "Авито" о предоставлении услуг графического дизайнера, в социальных сетях своих я транслирую, что готова взять заказ. Также мои знакомые, которые в курсе того, что я – графический дизайнер, у меня заказывают дизайн для своего бизнеса. Иногда делаю рассылку интернет-магазинам различной направленности и предлагаю свои услуги»* (ж., 20 л., графический дизайнер).

Вопрос о частоте и количестве выполнения заказов у всех вызвал трудности в ответе, отмечают, что «всегда по-разному». Говорят, что занятость нестабильна. Работают фрилансеры и на долгий срок, и разовые задачи выполняют: *«сейчас с клиентами работаю на долгие периоды. С одним из них работаем на протяжении двух лет, только недавно наша работа завершилась в связи с выполнением всех задач. Долгосрочная работа позволяет формировать базу клиентов и хорошие отношения. Таких проектов у меня может быть максимум 3. Также есть временные или разовые заказы, когда необходимо сделать запуск инфопродукта для клиента, либо просто создать карточку товара — это ситуативные заказы, которые могут появляться в совершенно разное время, в связи с этим их количество может быть неограниченным»* (ж., 19 л., SMM). Одна из участниц интервью связывает количество заказов с сезонностью: *«если говорить о границах месяца, скорее всего, самые, как сказать, месяцы, когда берут заказы это как раз апрель— май, то есть вот в этом месяце у меня 3 заказа было на курсовые и плюс 3 дипломные, которые я не берусь брать, потому*

что очень энергозатратно. Если говорить про браслеты, то это предпраздничные дни, то есть: перед Новым годом, 14 февраля, 8 марта. Очень редко бывает и 23 февраля» (ж., 20 л., копирайтер и хэндмейдер).

Организация деятельности у информантов различается, однако во многом ссылаются на наличие свободного времени или сниженной нагрузки на учёбе, так получаемое образование стоит в приоритете. Используют приложения для планирования своих дел, либо просто записывают на бумагу расписание. Иногда применяют методики для повышения эффективности выполнения задач: *«Я работаю по методу Pomodoro, то есть 25 минут работаешь 5 минут отдыхаешь. В каждые 4 таких подхода перерыв 15 минут. Очень удобная схема»* (м., 20 л., 3D-дизайнер и моушн-дизайнер). Некоторые фрилансеры работают непосредственно на парах, один фрилансер не ходит на учёбу и поэтому большая часть времени занимает работа. То есть фрилансеры сами решают, когда будут работать и сколько часов готовы потратить на выполнение заказа. Занятость может зависеть не только от наличия свободного времени: *«Ты можешь за работой весь день провести, можешь вообще не проводить. У меня зависит, если честно, от психологии, от усталости. То есть если я уже вымотан, то не буду, допустим, это трогать до следующего дня»* (м., 20 л., специалист по рекламе).

Отношение к срокам и дедлайнам у фрилансеров противоречивое: кому-то удобнее работать по заранее расписанному плану, потому что это задаёт контроль и дисциплину, а кто-то, наоборот, видит в этом ограничение: *«У меня нет каких-то сроков, дедлайнов и так далее. Я от этого не завишу. Я не люблю такие предложения, потому что это тебя обязывает к чему-то, например, сидеть и работать»* (м., 20 л., специалист по рекламе). Информанты стремятся выполнять заказанную работу в срок или раньше, периодически сталкиваясь с переносами. Фрилансеры со сформировавшейся клиентской базой позволяют себе просрочивать дедлайн: *«Не всегда удается укладываться в сроки, но благо я могу просто сказать ребятам об этом, что я не успеваю что-то сделать и скину готовый материал через несколько часов. Все обычно нормально понимают»* (м., 19 л., диджей). В случае изменения плана и задержек в выполнении работы, фрилансеры стараются сдать задачу как можно скорее, их цель – выполнить заказ.

Перед тем, как пойти на фриланс, информанты работали в других формах занятости. Преимущественно это также неформальная занятость при этом с жестким графиком, без трудового договора, то есть работа как подработка или в качестве полезного досуга. Одна участница интервью совмещает формальную занятость – преподавание – с деятельностью на фрилансе. Из тех, кто работал по трудовому договору, перешли с формальной занятости на фриланс из-за свободы от обязательств начальства: *«Потому что у формальной занятости всегда есть дяденька, который говорит то, что иногда очень не хочешь делать. На фрилансе ты можешь брать заказы, которые тебе нравятся, а можешь не брать – в зависимости от того, есть ли у тебя желание делать, нет желания делать; сколько по деньгам — ты сам выставляешь суммы, то есть очень различается фриланс и формальная занятость»* (ж., 20 л., копирайтер и хэндмейдер).

Для части информантов выход на фриланс был связан с распространением COVID-19: искали возможность работать удалённо, когда оказались в состоянии полного непонимания, что делать дальше. Один из мотивов, побудивших интерес к работе на фрилансе – финансовая независимость, возможность не просто заработать, но и получать суммы, выше, чем на обычной работе. Для кого-то сыграло роль творческая составляющая содержания деятельности: *«темой графического дизайна я заинтересовалась в мае после выступления графического дизайнера на медиафоруме. А именно я начала изучать графический дизайн в августе 2022. Мотивы, наверно, были, что я в целом по жизни связана с творчеством и хотелось продолжать этим заниматься. И в целом интересовал комфорт – что это удаленная работа, от которой ты не зависишь»* (ж., 20 л., графический дизайнер). Для другой участницы начало работы на фрилансе было вызвано плавным переходом от хобби к деятельности, за которую платят.

На фрилансе работники встретились как с возможностями, так и с ограничениями. Среди преимуществ информанты выделили возможность совмещать с учёбой, так как в настоящее время являются студентами. Также отмечают удаленность занятости, так как некоторые из фрилансеров не готовы к личному общению: *«Я не особо социальный человек и не очень люблю с людьми разговаривать. То есть если куда то на работу в офис приходишь устраиваться к начальнику, ты не сможешь сказать то, что ты реально думаешь. Плюс много разных людей непонятных. Мне это особо не нравится. То есть тут ты либо в команде работаешь, которая тебе подходит, которую ты добровольно выбираешь и, где право голоса имеешь. Либо ты один сидишь и никому ничего не должен. По мне так плюс это главный»* (м., 20 л., специалист по рекламе). Также к возможностям относят свободу перемещений или отсутствие привязанности к определенному месту, то есть работа из любой точки мира. Ценится фрилансерами и отсутствие потолка в карьере – возможность самостоятельного обозначения цены за задачу, когда зарплата зависит только от индивидуальных навыков и амбиций исполнителя. Формирование окружения информанты тоже отнесли к преимуществам фриланса, то есть возможность выбора людей, с которыми хочешь поработать и соответственно формирование клиентской базы.

Фрилансеры говорят и о неоднозначности возможностей, так некоторые достоинства работы на фрилансе выступают и ограничениями, как, например, и с возможностью работать в свободном графике: *«Ну конечно, плюс того, что ты сам для себя выстраиваешь график, но тут же и минусы иногда твоего графика — ты не собираешься если что продлевать, а сидишь ночью и горбатись, чтобы успеть всё сделать, не спишь. Ну основной плюс, что свободный график, но он же и сам является минусом»* (ж., 21 г., графический дизайнер). Возможность работать из дома также может восприниматься отрицательно, так как велика вероятность сильно расслабиться в домашней обстановке и потерять контроль за чистотой рабочего пространства.

Об ограничениях фриланса информанты говорят чаще. Каждый участник интервью, перечисляя недостатки занятости во фрилансе, отметил нестабильность: она касается как самой занятости, то есть исполнители не понимают, сколько задач у них закажут и будут ли заказы, а также фрилансеров не устраивает нестабильность заработной платы, потому что, если не будет заказов – не будет денег. У работников данной формы занятости нет возможности планировать свои дела на долгий срок, их занятость непредсказуема. Иногда сталкиваются с материальными трудностями, так как вся деятельность информантов связана с техникой, приходится дополнительно вкладываться либо в её развитие, либо в устранение неполадок. Одна из участниц выделила такой минус, как ложные ожидания от фриланса: *«Многие думают, что фриланс намного легче традиционной занятости – это не так. Здесь такой же большой пласт работы и огромное количество задач, на которые иногда уходит по несколько часов, а иногда и дней. Ложные ожидания могут спровоцировать отсутствие результата на фрилансе и, соответственно, выгорание»* (ж., 19 л., SMM).

Таким образом, молодых фрилансеров действительно можно рассматривать с точки зрения теории экономического человека. Они находятся в состоянии ограниченных ресурсов, ограниченность проявляется в отсутствии накопленного опыта и стажа для работы по получаемому образованию. Ожидая, что работа на фрилансе проще, что она более выгодна в материальном плане, молодёжь идёт на фриланс. Причём от студенчества стараются получить максимум: ходят на пары в университет, чтобы получить диплом, и совмещают это с работой в нестандартной форме занятости, чтобы обеспечить себя собственными финансами и получить практический опыт. Однако на работу готовы отводить небольшое количество времени. Благодаря выделенным информантами ограничениям и возможностям, мы можем понять, что для фрилансеров важны независимость, свобода, для них не характерна работа в команде, скорее индивидуальная работа. Молодой фрилансер берет на себя ответственность за наличие работы и заработной платы, наличие контрактов и клиентов. Фриланс как форма занятости молодёжи заставляет работников развивать гибкие навыки, умение адаптироваться к быстроизменяющимся условиям вокруг, учит рациональности и некоторой экономической эгоистичности.

Помимо этого, те ограничения, с которыми встречается молодёжь на занятости во фрилансе свидетельствуют о той прекарности, которые отмечают исследователи: нестабильность графика, заказов, заработной платы, сезонность работы. Наличие недостатков в их занятости становится нормой.

Тем не менее фриланс остаётся для молодого населения привлекательной формой занятости, связанная не только с ограничениями, но и с возможностями, она соответствует идеалам, которые транслирует сама молодёжь.

Литература

1. Сапожникова М. Свобода по выбору: настоящее и будущее фриланса в России. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/60c8e3139a79472ba64fde35> (дата обращения: 13.02.2023).
2. Фриланс в России – больше, чем фриланс? – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/frilans-v-rossii-bolshe-chem-frilans> (дата обращения: 13.02.2023).
3. Стребков Д.О., Шевчук А.В., Спирина, М.О. Развитие русскоязычного рынка удаленной работы, 2009–2014 гг. (по результатам Переписи фрилансеров). – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. – 225 с.
4. Дудина О.М., Голованова Д.В. Социальный портрет молодых российских фрилансеров // Креативная экономика. – 2018. – № 9. – С. 1441–1456.
5. Вольф К.В. Фриланс как форма адаптации молодежи к рынку труда в условиях пандемии // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. – 2020. – № 6. – С. 93–96.
6. Радаев В.В. Экономическая социология: учебное пособие. – М.: Изд. дом ВШЭ, Москва, 2008. – 602 с.

ВЛИЯНИЕ ВТОРИЧНОЙ ЗАНЯТОСТИ СТУДЕНТОВ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРАКТИК ЗАБОТЫ О СЕБЕ

Донец Нелли Олеговна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В рамках данной статьи изучается влияние вторичной занятости на реализацию практик заботы о физическом, психическом, социальном здоровье. Выяснилось, что совмещение учебы и работы ухудшает физическое и ментальное здоровье студентов, дефицит свободного времени сокращает возможности для реализации практик заботы о себе. С другой стороны, физическое и эмоциональное истощение актуализирует для работающих студентов значимость заботы о себе, ведения здорового образа жизни, возрастает ценность здоровья, собственных потребностей и желаний.

Ключевые слова: забота о себе, практики заботы о себе, социология заботы, социология молодежи, студенческая молодежь, работающие студенты, вторичная занятость.

Количество работающих студентов растет во всем мире, в частности, в России феномен вторичной занятости с каждым годом становится всё более распространенным. В 2000 году 39,1 % студентов совмещают рабочую и учебную деятельность [3, с. 116]. К 2013 году доля работающих студентов заметно увеличилась: 64,7 % обучающихся в университете имеют опыт вторичной занятости [4, с. 159]. Согласно данным исследования ВШЭ, в 2019–2020 году половина (55 %) студентов бакалавриата и специалитета работают во время обучения [2, с. 40–41]. Многие исследования доказывают, что с каждым годом растет число работающих студентов, увеличивается время, которое они посвящают профессиональной деятельности.

Вторичная занятость оказывает неоднозначное влияние на жизнь студента. С одной стороны, она дает возможность студенту стать высококвалифицированным специалистом, который соответствует требованиям современного рынка труда, где важность диплома уга-

сает, а значение практического опыта и личных компетенций – увеличивается; это источник заработка; способ расширения социальных связей. С другой стороны, двойная нагрузка, оказываемая на студента со стороны учебной и профессиональной деятельности, может быть фактором стресса, тревоги, оказывать негативное влияние на физическое и психическое здоровье обучающегося, качество его жизни, отношения с близкими и окружающими. Здоровье студентов как значимой части национального человеческого капитала следует поддерживать на достойном уровне, для этого необходима реализация практик заботы о себе, включающих самосохранительное поведение, заботу о ментальном состоянии, социальном здоровье, самосовершенствование и т. д.

Практики заботы о себе позволяют фокусироваться на собственных потребностях, интересах, желаниях, выбирать стратегию поведения, способствующую личностному росту.

Концепт заботы о себе постепенно трансформируется: если раньше фокус внимания был на самопознании, самосовершенствовании, изменении себя ради постижения истины, то со временем практики заботы о себе расширяются, ориентируются не только на наблюдение за душой, но и за телом. Распространяется медицинская модель – лечение, забота о здоровье. Здоровье в современном понимании рассматривается как сфера индивидуальной ответственности, как актив, личный ресурс, в который необходимо инвестировать для достижения успеха и реализации целей. Самосохранительное, здоровьесберегательное поведение становится важным аспектом заботы о себе. При этом практики заботы о себе встраиваются в систему повседневного поведения, рутинизируются как практики удовлетворения определенных потребностей. Особо актуальны практики заботы о себе для тех социальных групп, которые подвержены факторам, негативно влияющим на физическое, психическое и социальное здоровье, и имеют ограниченный ресурс свободного времени для реализации самозаботы. К такой социальной группе можно отнести работающих студентов.

В условиях демократизации образования, рыночной экономики наблюдается две тенденции: необязательность высшего образования и приоритезация профессионального опыта при трудоустройстве. Вторичная занятость выступает способом адаптации к происходящим изменениям, инструментом повышения своей конкурентоспособности на существующем рынке труда в условиях повышения конкуренции и требований работодателей к молодым специалистам. Удорожание стоимости жизни, рост стоимости обучения, переход к массовому образованию – данные факторы делают совмещение работы и учебы необходимостью для части студенческой молодежи.

Проблема исследования. Студенты, совмещающие учебную и профессиональную деятельность, вынуждены испытывать дефицит свободного времени наравне с увеличением нагрузки, ответственности и обязательств. Одновременно с этим студенты оказываются в маргинальном положении, не имеют гарантий будущего, успешного трудоустройства, стабильного финансового положения, но уже подвергаясь проблемам взрослой жизни. Такие условия создают риск для физического, психического, социального здоровья обучающихся. Забота о себе – необходимость для поддержания удовлетворительного физического, ментального самочувствия, но ее реализация требует свободного времени. Ограниченность в свободном времени ставит работающих студентов в уязвимое положение для осуществления практик заботы о себе.

Объект – студенческая молодежь.

Предмет исследования – практики заботы о себе среди работающих студентов.

Цель – определить влияние вторичной занятости на практики заботы о себе студентов.

Теоретическую базу данной научной работы составила концепция заботы о себе М. Фуко. В рамках данной теории забота о себе понимается как набор практик, посредством которых субъект устанавливает определенные отношения с самим собой. В данной научно-исследовательской работе забота о себе рассматривается как совокупный феномен, включающий в себя разнообразные практики заботы о физическом, психическом здоровье, взаимодействию с социальным окружением, досуговой деятельности.

Эмпирическую базу исследования образуют данные, полученные в ходе пробного социологического исследования, проведенного среди работающих студентов. Для сбора эмпирических данных было использовано два метода: количественный и качественный. В рамках качественного метода было выбрано полужформализованное интервью. Отбор в выборочную совокупность информантов проводится по методу «снежного кома». Было интервьюировано 15 работающих студентов-бакалавров очной формы обучения. Часть интервью проводилась очно в городе Казани, другая часть – в формате онлайн-интервью. В качестве количественного метода был проведен массовый анкетный опрос студентов казанских вузов методом онлайн-анкетирования с помощью стихийной выборки. Основным критерием отбора респондентов служило наличие работы у студента. Анкета состояла из 19 вопросов. Были опрошены 228 работающих студентов.

Большинство работающих студентов испытывают недостаток в свободном времени, следовательно, и в возможностях заботы о себе. Больше половины респондентов (60,5 %) ответили, что им недостаточно свободного времени, 26,4 % опрошенных считают, что у них достаточно свободного времени, но хотелось бы больше, лишь 12,1 % полностью удовлетворены количеством своего свободного времени.

Результаты интервью совпадают с данными опроса: большинству информантов не хватает свободного времени, либо оно почти отсутствует: *«нет, вообще нет свободного времени. По утрам я учусь, после учебы я иду сразу на работу до часу-двух ночи, и следующий день такой же, получается свободного времени нет абсолютно»* (Вероника, 19 лет). *«Когда я свободна от работы – я учусь, когда нет учебы – я работаю»* (Амина, 21 год).

Недостаток свободного времени, отдыха, заметно влияет на психическое, ментальное состояние работающих студентов в отрицательную сторону. Большинство информантов отмечало, что во время загруженности, дефицита свободного времени они испытывают стресс, тревогу, эмоциональное выгорание, но из-за обязательств приходится откладывать свои интересы, эмоции, переживания на второй план, что негативно влияет на общее самочувствие и не позволяет полноценно реализовывать практики заботы о себе: *«сначала я думаю о всех делах, а небольшие проявления заботы о себе – для поддержания физического и эмоционального здоровья, для элементарного функционирования. Я бы хотела это изменить, но до того момента, пока у меня перед глазами не темнеет, я не падаю в обморок, я не сильно забочусь о здоровье, у меня нет времени на это»* (Дарья, 20 лет); *«раньше вся моя жизнь крутилась вокруг учебы, работы, всякие нужные дела, а поесть, сон, отдых – всё подстраивается под работу, второстепенно. В моменте у тебя завал на учебе и работе, поэтому ты откладываешь всё остальное: все дела, хобби, желания на потом. А в перспективе это очень плохо сказывалось на мне. Ставить себя на первое место хотелось бы»* (Карина, 20 лет); *«когда у моего организма нет времени на отдых – это стресс. Рутинка – это эмоциональное выгорание, потому что времени на эмоции нет, только негативные эмоции. Каждый день – сплошное выгорание, сплошная тревожность. Если бы у меня не было работы или учебы – у меня было бы время отвлекаться, заменять негативные эмоции на положительные, но поскольку у меня нет времени – я не могу это делать»* (Вероника, 19 лет).

Для измерения динамики изменения здоровья в связи с приобретением вторичной занятости, респондентов попросили указать, как изменилось их психическое, физическое и социальное здоровье из-за совмещения учебы и работы. Выяснилось, что наиболее наибольший негативный эффект вторичная занятость имеет на психическое состояние студентов: у 60,4 % оно ухудшилось при совмещении учебы и работы, у 29,7 % не изменилось, у 9,9 % – улучшилось. Влияние на физическое здоровье у работающих студентов проявлялось по-разному: 52,7 % респондентов отметили, что ничего не изменилось, 43,9 % заметили ухудшение физического здоровья, только 3,4 % говорят о положительном эффекте на физическое здоровье. Наиболее положительные результаты касаются влияния на отношения с окружающими: 43,9 % опрошенных отметили, что совмещение учебы и работы никак не повлияло на их социальные связи, 26,4 % – заметили ухудшение взаимоотношений с другими людьми, а 29,7 % считают, что их социальные связи улучшились за период совмещения работы и учебы.

Большинство работающих студентов стараются придерживаться здорового образа жизни, самосохранительное поведение встраивается в обыденную жизнь, становясь рутинными практиками. Наиболее популярными практиками заботы о физическом здоровье среди работающих студентов стали: занятия спортом, своевременное обращение к врачебной помощи при недугах, активный образ жизни, прием витаминов. Менее распространенными стали практики, связанные с правильным питанием, здоровым сном, больничным на учебе/работе при болезни – именно эти аспекты заботы о физическом здоровье студенты называли, когда говорили о том, как влияет совмещение учебной и профессиональной деятельности на физическое самочувствие: *«у меня нет времени, чтобы готовить, брать с собой домашнюю еду. Я прихожу домой в 2 часа ночи, ложусь спать, и встаю в 8 на учебу. Конечно, у меня нет времени готовить, в контейнерах таскать с собой еду»* (Вероника, 19 лет); *«я пыталась как-то перейти на правильное питание, но для этого надо очень много готовить, а у меня элементарно не хватает времени для этого, чтобы уделять столько времени на готовку»* (Дарья, 20 лет); *«я скорее недосыпаю. Я бы хотела добавить хотя бы час сна, поменять режим сна: ложиться пораньше и вставать пораньше, но этому мешает работа и учеба»* (Анастасия, 19 лет).

На вопрос о том, что студенты хотели бы еще делать для заботы о своем физическом здоровье, многие высказывали стремление вести более активный образ жизни, больше заниматься спортом, правильно питаться, но почти все информанты отмечали, что для этого необходимо свободное время, которое и так в дефиците.

В интервью работающие студенты, которые заметили ухудшение физического здоровья из-за вторичной занятости, отмечали, что это мотивировало их больше времени уделять себе, заботе о своем здоровье, чтобы не усугубить ситуацию еще сильнее: *«поняла, что у меня сидячая работа и учеба – хочу разбавить физическими нагрузками. Это негативно влияло на здоровье, не двигалась, не было времени для активностей. Понимание заботы о себе появилось, потому что это позволяет тебе хорошо себя чувствовать, минимизировать негативные эффекты от недостатка свободного времени, времени на отдых, физической активности»* (Анна, 21 год). *«Раньше я могла брать смены ночью: с 2 до 5 утра, потому что была доплата. Сейчас я бы не стала так делать, потому что понимаю, что мое физическое здоровье для меня дороже. Появилась ценность о себе заботиться»* (Ксения, 20 лет).

При этом даже если для информанта повышалась ценность заботы о себе из-за совмещения работы и учебы, дефицит свободного времени не позволяет заниматься своим здоровьем полноценно, как этого хотелось бы: *«когда появилась работа и учеба, я начала сильно беспокоиться, что мое физическое здоровье очень сильно страдает – у меня мало физической нагрузки, а у меня нет на это времени. Я больше стала думать о своем здоровье, потому что оно страдает, у меня все хрустит, все болит, меня это напрягает, я ничего не могу с этим сделать, и вот ты на этом зацкливаешься, тебе хочется больше о здоровье заботиться, а у тебя нет на это времени. То есть я, поняв, что у меня все плохо со здоровьем, когда я начала работать и учиться, я еще больше зацкливалась на том, что нужно заботиться о себе. И как будто бы здоровье приобрело еще большую ценность, я поняла, насколько это важно, вводить здоровые привычки, чтобы вообще выжить. Но сейчас я не могу полноценно заняться собой, своим психическим и физическим здоровьем, потому что нет времени абсолютно»* (Вероника, 19 лет).

Большинство работающих студентов в интервью отмечали, что совмещение учебы и работы негативно влияет на их психическое и ментальное состояние, эмоциональное выгорание случается чаще, из-за чего забота о своем психическом здоровье – необходимость, чтобы поддерживать свое самочувствие: *«большая нагрузка из-за учебы и работы определенно негативно влияет на мое психическое состояние, потому что ты в постоянном стрессе, загрузе, в голове держишь все дела, в итоге очень редко получается полноценно отдохнуть, не думая, что мне еще те и те дела надо сделать. Но из-за того, что я чувствую, что эмоционально выгораю, начинаю больше думать о своем физическом и психическом здоровье, стараться уделять время себе, чтобы не выгореть окончательно»* (Мария,

20 лет). *Если я не буду прислушиваться к своему эмоциональному состоянию, то мое выгорание будет происходить раз в 10 чаще, будет срыв»* (Дарья, 20 лет).

Проблемы, связанные с психическим состоянием, актуализируют важность заботы о своем ментальном здоровье для обучающихся: половина работающих студентов (50,5 %) следят за своим психическим состоянием и хотели бы уделять этому еще больше времени. Наиболее популярными практиками заботы о своем психическом здоровье являются обращения к психологу, рефлексия, медитации, отдых, общение с близкими, делится своими переживаниями и эмоциями с друзьями, учет своих желаний, потребностей, эмоций.

Таким образом, по результатам опроса, вторичная занятость имеет негативный эффект на психическое самочувствие большинства студентов, что может быть связано с повышенной нагрузкой, стрессом, сокращением свободного времени. Физическое здоровье в большинстве своем либо ухудшается, либо остается прежним при совмещении работы и учебы. А отношения с другими людьми скорее улучшаются, чем ухудшаются, при наличии работы у студентов, что может быть связано с обретением новых социальных связей на рабочем месте.

Замеченное большинством информантов ухудшение психического здоровья, ментального состояния из-за совмещения рабочей и учебной деятельности становилось мотивацией для студентов реализовывать практики заботы о своем психическом здоровье, чтобы не выгореть окончательно, улучшить свое эмоциональное самочувствие. Многие работающие студенты отмечают желание больше заботиться о своем физическом, психическом здоровье, встраивать в свою жизнь здоровьесберегательные привычки, но ограниченность в наличии свободного времени не позволяет реализовывать данные стремления.

Забота о себе во многом зависит от мотивации. Если для человека быть психологически и физически здоровым приоритетнее всего – у него больше практик заботы о себе, а если на первом месте стоит учеба или работа, желание стать успешным в какой-то сфере важнее, чем собственное самочувствие в данный момент, он работает на износ и не уделяет много времени заботе о себе. Для большинства работающих студентов учеба, получение диплома, а также работа, построение карьеры – являются более значимыми целями, приоритетными аспектами жизни, чем забота о себе и своем самочувствии. Выяснилось, что только для 20,9 % работающих студентов забота о себе, своем самочувствии наиболее значима в данный момент времени. Для 35,2 % приоритетнее всего карьера, работа, для 28,6 % – учеба, получение диплома, 15,4 % – затрудняются расставить приоритет среди данных аспектов жизни.

При таких ценностных ориентациях, а также ограниченности времени, практики заботы о себе являются скорее способом поддержания физического, психического здоровья на удовлетворительном уровне, чтобы успешно выполнять учебные и рабочие задачи, чем способом улучшения собственного благополучия: *«забота о себе – это скорее поддержание уровня, чтобы не откладывать дела свои, цели, которые нужно достигнуть. Для поддержания моего как минимум психического здоровья, мне нужно понимать, что я сейчас занимаюсь чем-то важным, чем-то, что мне пригодится в жизни, и это поможет мне в будущем еще и со здоровьем разобраться»* (Анастасия, 19 лет); *«пока я всё время посвящаю работе, строю карьеру, готова пожертвовать временем на отдых, чтобы потом заниматься собой»* (Амина, 21 год); *«забота о себе не приоритетна, сначала я думаю о всех делах, а проявление заботы о себе – для поддержания физического и эмоционального здоровья для нормального функционирования. Я бы хотела это изменить, но до того момента, пока у меня перед глазами не темнеет, я не падаю в обморок, я не сильно забочусь о здоровье»* (Элина, 19 лет).

Несмотря на приоритетность учебной и профессиональной деятельности, многие информанты указывают на то, что дополнительная нагрузка, негативный эффект, оказываемый на физическое и психическое здоровье вторичной занятостью, актуализирует ценность заботы о себе, своем физическом, психическом состоянии, проблематизирует ценность здоровья: *«когда было много работы, абсолютно не было свободного времени, не было времени на нормальную еду, я постоянно ела шаурму. Не было времени на себя. Никакого отдыха. Никакой физической активности. В итоге я поняла, что я такими темпами загублю свое*

здоровье, надо начинать больше времени уделять себе, заботе о себе» (Анна, 21 год); «раньше вся моя жизнь крутилась вокруг учебы, работы, а мои желания и интересы подстраиваются под них. А сейчас я хочу войти в такой режим, когда сон, хорошие питание, приятное для себя – это первично для меня, чтобы не выгорать, хорошо себя чувствовать физически» (Карина, 20 лет); «Из-за того, что я чувствую, что эмоционально выгораю, начинаю больше думать о своем физическом и психическом здоровье, стараюсь уделять время себе, чтобы не выгореть окончательно. Понимаю, что надо заботиться о себе, иначе буду ужасно себя чувствовать» (Мария, 20 лет); «летом, когда у меня было очень много свободного времени, я заботилась о своем физическом здоровье – каждый день тренировки, сон, нормальное питание. А потом, когда появилась работа и учеба, я начала сильно беспокоиться, что мое физическое здоровье очень сильно страдает – у меня мало физической нагрузки, а у меня нет на это времени. А насчет психического здоровья, почему я начала больше над этим задумываться: потому что я почувствовала выгорание, что вся моя жизнь превратилась в рутину и пришла к тому, что мне надо задумываться о своем состоянии. Я сильнее стала заботиться о своем здоровье, потому что оно страдает» (Вероника, 19 лет).

В современном мире все большее число крупных организаций берут на себя ответственность не только за экономическое, но и за физическое, психическое, социальное благополучие собственных сотрудников. В настоящее время работодатель не ограничивается обеспечением доступа к качественной медицинской помощи с помощью обеспечения полиса ОМС, страховки. Компании стремятся заботиться о своих сотрудниках, обеспечивая их благополучие в самых разных аспектах жизни, предоставляя возможности, которые мотивируют работников заниматься собой, спортом, уделять время себе – это становится частью корпоративной культуры.

Согласно информации, полученной в ходе интервью, поддержка практик заботы о себе в организациях осуществляется в виде заботливого отношения работодателя, руководителя, коллег; корпоративных скидок, которые делают практики заботы о себе более доступными; коллективных мероприятий, организуемых компанией, чтобы объединить сотрудников для активного отдыха, занятий спортом: «я начал ходить к психологу только потому, что такую возможность предоставила компания» (Михаил, 21 год); «видно стремление руководителя поддерживать наше психическое самочувствие, и эта забота передается к нам самим. Во-вторых, компания предоставляет очень классные возможности для заботы о физическом здоровье: можно ходить с коллегами на бесплатный футбол, волейбол, есть корпоративные скидки в спортзалы, медицинские учреждения, на занятия фитнесом, йогой. Еще у нас было корпоративный психолог, вот я только благодаря работе обратилась за психологической помощью» (Карина, 20 лет); «у нас каждую неделю по четвергам мальчики могут ходить на бесплатный футбол, а для девочек хотят сделать бесплатную йогу. Еще, когда на работе была большая нагрузка, нам дарили сертификаты на массаж – такие вещи очень мотивируют вспоминать о себе, своих желаниях и потребностях» (Елизавета, 19 лет); «мы каждую неделю на работе заполняем индекс счастья – ты должен написать, что тебя беспокоит, что было хорошего, что плохого, замечания, пожелания. В общем, чувствуется забота от работодателя и коллектива» (Мария, 20 лет); «начала ходить на спорт именно благодаря тому, что компания предоставила корпоративную скидку, предложила всем сотрудникам сходить туда» (Ирина, 20 лет).

Таким образом, вторичная занятость влияет на заботу о себе преимущественно из-за сокращения свободного времени. С одной стороны, время, посвященное учебной и профессиональной деятельности, негативно влияют на физическое самочувствие (нет времени для физической активности, приготовления полезной пищи, соблюдения правильного режима сна) и ментальное состояние (сокращается время для качественного отдыха, собственные интересы, желания откладываются из-за учебных и рабочих обязанностей). С другой стороны, часть студентов отмечало, что, если совмещение работы и учебы негативно влияет на здоровье, ты начинаешь больше задумываться об этом, стремится больше времени посвятить себе, возрастает ценность заботы о себе, своем здоровье, что в некоторых случаях

может быть необходимостью для удержания себя от физического и эмоционального выгорания. Однако, работа, карьерный успех и учеба, получение диплома являются более популярными приоритетами для работающих студентов, что забота о себе, своем самочувствии.

Литература

1. *Иванченко Г.В.* Забота о себе: история и современность – М.: Смысл, 2009. – 304 с.
2. Карьерные планы студентов вузов: информационный бюллетень / *К.В. Рожкова, П.В. Травкин.* – М.: НИУ ВШЭ, 2022. – 40 с.
3. *Константиновский Д.Л., Вознесенская Е.Д., Чередниченко Г.А.* Кончить курс и место достать: исследование вторичной занятости студентов // Социологический журнал. – 2001. – № 3. – С. 101–120.
4. *Роцин С.Ю., Рудаков В.Н.* Совмещение учебы и работы студентами российских вузов // Вопросы образования. – 2014. – № 2. – С. 152–179.
5. *Фуко М.* Герменевтика субъекта: Курс лекций, прочитанных в Коллеж де Франс в 1981–1982 учебном году; пер. с фр. А.Г. Погоняйло. – СПб.: Наука, 2007. – 677 с.
6. *Фуко М.* Забота о себе: История сексуальности-III / пер. с фр. Т.Н. Титовой, О.И. Хомы. – М.: Грунт, 1998. – 282 с.
7. *Фуко М.* Технологии себя // Логос. – 2008. – № 2. – С. 96–122.

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТИРЫ СТАРШЕКЛАСНИКОВ ГОРОДА НИЖНЕКАМСКА В СФЕРЕ ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ

Ишмухаметов Ильгам Шакирзянович

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Уровень сформированности ценностных ориентиров является определяющим в формировании патриотического воспитания. Проведенный с помощью анкетирования анализ ценностных ориентаций старшеклассников г. Нижнекамска РТ показал в целом невысокий уровень патриотического сознания учащихся, что косвенно свидетельствует о нерационально организованном процессе патриотического воспитания, а также отсутствии взаимодействия школы и семьи в данном вопросе. Предлагается проводить регулярную диагностику ценностных ориентаций обучающихся, а также корректирующие мероприятия патриотической направленности.

Ключевые слова: патриотическое воспитание, патриотическое сознание, ценностные ориентиры, старшеклассники.

Становление ценностных ориентиров современных школьников – основная задача духовно-нравственного и патриотического воспитания в Российской Федерации. «Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года» предполагает формирование высокоморального, творческого, профессионально компетентного гражданина России, который воспринимает судьбу страны как собственную, осознает ответственность за государство [1].

По данным социологов, в российском обществе значительно изменилось отношение к таким непреходящим ценностям, как Отечество, патриотизм, верность героическим традициям, уважение к памяти павших за Родину, долг, честь, достоинство, готовность к самопожертвованию и др. Акценты в социально-нравственных ориентирах значительной части общества, особенно молодежи, резко сместились в сторону прагматизма с ярко выраженными проявлениями эгоистичного и даже антигуманного характера.

Это вызывает беспокойство за будущее России. Ведь очевидно, что дальнейшее ее развитие в полной мере зависит от развития общества, основу которого составит поколение молодых людей. Находясь в эпицентре ряда проблем, затрагивающих интересы больших слоев

общества, проблема патриотического воспитания и развития гражданской активности подростков и молодежи становится одной из актуальнейших. Именно гражданская активность является основой вхождения в государственный, общественный социум, уводит молодое поколение от антисоциального поведения, воспитывает сострадательное отношение к ближайшему окружению, способствует передаче традиций от поколения к поколению.

Патриотизм – это та главная духовно-нравственная скрепа общества, являющаяся гарантом общественной стабильности, независимости и безопасности государства, всеобщей мобилизации его сил в лихую годину. Это идеологический фундамент общественно-государственного здания.

Социологи определяют патриотизм как нравственный и политический принцип, социальное чувство, содержанием которого является любовь к Отечеству и готовность подчинить его интересам частные интересы граждан. Патриотизм предполагает гордость культурой, достижениями в различных областях науки и искусства своей Родины, желание сохранять ее характер и культурные особенности, стремление защищать интересы страны и своего народа.

Говоря о необходимости патриотического воспитания населения в нашей стране целесообразно рассмотреть такие ключевые понятия как «патриот» и «патриотизм». В «Словаре живого великорусского языка» В. Даля термин «патриот» трактуется как «любитель отечества, ревнитель о благе его» [2]. В целом, раскрывая понятие «патриотизм», можно трактовать его не только как любовь к Родине, но и уважение к своему государству, нации, президенту, армии. В словаре русского языка С.И. Ожегова патриотизм определяется как «преданность и любовь к своему отечеству, к своему народу» [3, с. 400]. Обобщая различные точки зрения можно сказать, что патриотизм – это олицетворение любви к своей Родине, сопричастность с ее историей, природой, достижениями, проблемами, притягательными и неотделимыми в силу своей неповторимости и незаменимости, составляющими духовно-нравственную основу личности, формирующими ее гражданскую позицию и потребность в достойном, самоотверженном, вплоть до самопожертвования служении Отечеству [2, 3].

По мнению И. В. Власюк [4], формирование патриотического сознания, воспитание нравственных качеств, уважения к своей стране и окружающим людям невозможно без взаимодействия школы и семьи. Именно в семье закладываются ценностные ориентации, которые окончательно формируются в подростковом и юношеском возрасте. Необходимое условие – проявление родителями, воспитателями дошкольных учреждений, школьными учителями и организаторами дополнительного образования адекватных стереотипов патриотического поведения в обществе, на основе которых формируются нравственные идеалы, идентичность своей стране. Зарождаясь из любви к своим родителям и малой родине, патриотические чувства, пройдя через целый ряд этапов на пути к своей зрелости, поднимаются до общегосударственного патриотического сознания, до сознания любви к своему государству.

Для оценки уровня патриотического сознания 186 учащихся девятых-десятых классов ряда школ г. Нижнекамска РТ был использован модифицированный с учетом региональных условий вариант анкеты «Диагностика ценностных ориентаций в сфере патриотического сознания учащихся основной школы» И.Е. Кузьминой [5]. Данная анкета направлена на выявление уровня эмоционально-ценностного отношения учащихся к Родине, определение направлений, по которым у современных школьников отстает формирование идентичности с Родиной, а также обозначение направлений планирования воспитательной работы по формированию патриотического сознания учащихся в школе. Опрошенные школьники не отличались по успеваемости, обучались в общеобразовательных классах.

В рамках данной статьи рассмотрим ответы учащихся на некоторые вопросы анкеты. Установлено (таблица 1), что около 80 % опрошенных старшеклассников отмечает отсутствие интереса к чтению книг по истории России (о походах князей, битвах и сражениях, основании городов и т. п.). Проблема отчуждения сознания школьников, принадлежащих к российской национальной культуре, от русской этнической идентичности зафиксирована также в работе И.Е. Кузьминой [5]. Автор предполагает существование затруднений в про-

цессе формирования гражданской идентичности личности у современных учащихся, оторванных от корней национальной культуры.

Таблица 1

Результаты анкетирования учащихся

Формулировка вопросов и вариантов ответа	Количество ответивших (%)
1. Мне интересно читать книги по истории Российского государства	
а. Да	21,5
б. Нет	37,1
с. Не очень	41,4
2. Мне нравится смотреть фильмы о героических событиях истории нашей Родины	
а. Да	59,7
б. Нет	12,9
с. Не уверен	27,4
3. Мне нравятся картины русских художников-пейзажистов, изображающих родную природу	
а. Да	49,5
б. Нет	35,5
с. Не очень	15,0
4. Для жителя Нижнекамска очень важно знать и беречь культурные ценности города	
а. Да	67,7
б. Нет	10,2
с. Не уверен	22,1
5. Я знаю национальных героев нашей страны и горжусь ими	
а. Да	62,4
б. Нет	18,8
с. Мне безразлично	18,8
6. Я испытываю чувство гордости за свою страну, когда на международных соревнованиях при вручении спортсменам медалей звучит гимн России	
а. Да	69,3
б. Нет	16,7
с. Мне безразлично	14,0
7. Мне интересно изучать традиции, обычаи и праздники своей национальной культуры	
а. Да	37,1
б. Нет	23,1
с. Не очень	39,8

Гораздо больший интерес проявляют школьники к просмотру фильмов исторической тематики. Достоверно большее число учащихся (~2/3) указывают, что им нравится смотреть фильмы о героических событиях истории нашей Родины.

В последние годы один за другим на экранах страны появляются современные фильмы и сериалы о событиях Великой Отечественной войны: «А зори здесь тихие», «Матч», «Мы из будущего», «Снайпер», «Диверсант», «Битва за Севастополь», «Белый тигр», «28 панфиловцев» и др. Изучение Великой Отечественной войны входит в школьную программу, одна-

ко описанные в учебниках истории события и даже фотографии не могут передать всей масштабности этой трагедии. В Советском Союзе фильмы про войну были одним из самых любимых жанров, ведь над ними трудились замечательные режиссеры и сценаристы, многие из которых были непосредственными участниками тех событий и вложили частичку своей души, своей скорби, своего уважения к павшим. Современные фильмы о войне насыщены спецэффектами, показывают поле боя под разными ракурсами, помогают зрителю осознать силу мужества советских солдат, отдавших жизнь за Родину. Как советские, так и российские фильмы о Великой Отечественной войне отличаются реалистичностью сюжетов и смысловым наполнением.

Отметим, что большая часть респондентов демонстрирует положительное отношение к картинам русских художников, изображающих родную природу. Около трети опрошенных демонстрируют негативное отношение к данным произведениям искусства (табл. 1), что, свидетельствует, на наш взгляд, об их невысоком уровне культуры. Общеизвестно, что современная школа должна осуществлять всестороннее развитие личности: умственное, физическое, нравственное, художественное. К сожалению, последнему уделяется недостаточное внимание. У многих педагогов и родителей, а следовательно, и их воспитанников отсутствует четкое представление о том, что развитый художественный вкус позволяет стать самостоятельной личностью.

Следует отметить положительное отношение большинства (67,7 %) учащихся к важности знания и сохранения культурных ценностей города Нижнекамска; у 22,2 % респондентов не сформировано собственное мнение по данному вопросу. Конечно, г. Нижнекамск не назовешь культурной столицей России, но и его культурная жизнь весьма насыщена событиями. Например, открытый еще в 1976 г. Нижнекамский городской комплексный музей имеет богатейшую коллекцию старинных живописных, графических и скульптурных произведений, а также шедевров декоративно-прикладного и народного искусства. Помимо постоянной экспозиции организуются специальные тематические выставки, регулярные мастер-классы и лекции. К сожалению, многие люди считают музей предпоследним местом, которое они хотели бы посетить в городе. Хотя посещение музеев способствует наполнению внутреннего интеллектуального пространства, т. е. обогащает человека знаниями, информацией, формирует умение чувствовать и понимать искусство, повышает общий уровень развития.

По результатам анкетирования более половины респондентов знают национальных героев нашей страны и гордятся ими (см. таблицу). Настораживает наличие довольно большого количества учащихся, не знающих национальных героев или остающихся безразличными к данному вопросу (в сумме более 35 %). Просьба указать фамилии героев войны – уроженцев Нижнекамского района вызвала серьезные затруднения у старшеклассников. Большинство (более 90 % респондентов) смогли назвать лишь советского пограничника, Героя Советского Союза. Никиту Фадеевича *Кайманова* (в городе его имя носят улица, установлен бюст в парке Победы). 2/3 опрошенных отметили Ивана Петровича Болодурина (эта фамилия тоже у многих нижекамцев на слуху в связи с тем, что он тоже является Героем Советского Союза). Несколько человек вспомнили полных кавалеров Ордена Славы Гайнуллина Рифката Хайруллоевича и Варфоломеева Василия Михайловича. Нам показался странным тот факт, что никто не назвал фамилии своих родственников – участников войны. В каждой семье есть свои «герои былых времен», «грозная доблесть их поселилась в сердцах живых». К сожалению, знания о многих героях отрывочны, зачастую ограничиваются лишь датами рождения, призыва, смерти, наградами. Неужели ими нельзя гордиться только потому, что другие люди о них не знают?

О низком уровне патриотического сознания свидетельствует наличие учащихся, не испытывающих чувства гордости за свою страну, когда на международных соревнованиях при вручении спортсменам медалей звучит гимн России, а также безразличных к этому (соответственно 16,7 % и 14,0 % учащихся). Тем не менее, достоверное большинство опрошенных старшеклассников (69,7 %) гордится победами отечественных спортсменов. Особенно важна

такая поддержка соотечественников на фоне участвовавших в последние годы массовых, зачастую неоправданных, дисквалификаций российских спортсменов.

Опрошенные школьники не проявляют особого интереса к изучению традиций, обычаев и праздников своей национальной культуры: считают это занятие совсем неинтересным (22,1 % учеников) или сомневаются в его целесообразности (39,8 %; см. таблицу). Как мы понимаем, истоки патриотического воспитания надо искать в фольклоре. Крупные (народные предания, песни, сказки, былины, баллады и др.) и малые (поговорки, пословицы, потешки и др.) формы устного народного творчества учат любить родные места и свой народ.

В целом по результатам анкетирования можно сделать следующий вывод. У опрошенных старшеклассников г. Нижнекамска отмечается средняя степень сформированности ценностного отношения к гимну России, к подвигу народа, к изучению истории и культуры г. Нижнекамска; низкая степень – к родной природе, к изучению русской истории, а также традиций, обычаев и праздников национальной культуры.

Таким образом, уровень сформированности ценностных ориентаций является, на наш взгляд, определяющим в формировании патриотического сознания. В связи с этим мы предлагаем проводить регулярную диагностику ценностных ориентиров учащихся разных возрастных групп, а также корректирующие мероприятия патриотической направленности.

Государственная политика в области патриотического воспитания ставит правильные ориентиры, но реальность вносит свои коррективы. Очень сложно воспитывать чувство патриотизма у детей, родители которых безразлично относятся к своей стране и народу. В школах необходимо проводить больше мероприятий для повышения уровня патриотизма детей, с обязательным участием родителей.

Согласно И.В. Власюк, современные родители не осознают важность формирования патриотического сознания детей, что является следствием недостаточности психолого-педагогических знаний родителей, а также деформации их собственного патриотического сознания. В связи с вышеизложенным встает вопрос о необходимости «социально-педагогического проектирования программы взаимодействия школы и семьи, направленной на формирование гражданско-патриотического сознания обучающегося, построенной на идее ценностного взаимодействия института семьи и образовательной организации» [4], иначе говоря, создания соответствующей воспитывающей социокультурной среды.

Литература

1. Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года. – URL: <https://rg.ru/2015/06/08/vospitanie-dok.html> (дата обращения: 09.02.2023).
2. *Даль В.И.* Толковый словарь живого великорусского языка. – М.: Цитадель, 1998. – 2030 с.
3. *Ожегов С.И., Шведова Н.Ю.* Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. – 4-е изд., доп. – М.: ООО «А ТЕМП», 2006. – 874 с.
4. *Власюк И.В.* Взаимодействия школы и семьи в формировании гражданско-патриотического сознания обучающегося: социально-педагогическое проектирование // Информ-образование. – 2016. – № 1 (1). – С. 17–22.
5. *Кузьмина И.Е.* Теоретические основы диагностики ценностных ориентиров в сфере патриотического сознания участников образовательного процесса // Непрерывное образование: XXI век. – 2015. – № 1 (9). – С. 153–174.

АДАПТАЦИЯ ПРИЕЗЖИХ СТУДЕНТОВ В РОССИЙСКИХ ВУЗАХ

Кадырова Эльвира Исмагиловна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В статье рассматривается процесс социокультурной адаптации иностранных и иногородних студентов, ее роль в процессе обучения в российских вузах. Сформулированы основные критерии социокультурной адаптации. Изложены теоретико-методологические подходы к изучению адаптации студентов, раскрывающие данный аспект. Рассмотрены результаты исследований авторов по изучению адаптации иностранных студентов в российских вузах, реализуемые практики и статистические данные. Сформулированы основные выводы, касающиеся процесса адаптации и организационной среды вуза, в которой происходит данный процесс.

Ключевые слова: иностранные студенты, иногородние студенты, социокультурная адаптация, российские вузы, академическая мобильность студентов.

Динамика последних нескольких лет демонстрирует интенсивность академической мобильности студентов в российские высшие учебные учреждения. Это является следствием как проводимой политики в рамках научно-образовательного направления, так и заинтересованностью самих студентов в получении образования в российских вузах.

Стоит отметить, что увеличился как поток иностранных студентов, так и внутренняя академическая миграция студентов среди регионов и городов России. Вузы также заинтересованы в привлечении иногородних, а что еще более важно – иностранных студентов, так как одним из главных показателей оценки эффективности деятельности вузов в последние годы является количество иностранных обучающихся.

Так, по данным Министерства образования и науки Российской Федерации в 2022 году количество иностранных студентов, обучающихся в российских вузах увеличилось на 8,4 % по сравнению 2021 годом и составило 351 448 человек [1].

Интернализация студенческого сообщества является одним из показателей, который учитывается в рейтинге лучших университетов в мире, составляемом британской компанией Quacquarelli Symonds (QS).

Представленные количественные показатели актуализируют для вузов и их организационных систем проблему адаптации иногородних и иностранных студентов как внутри вуза, так и за его пределами – в регионе, городе и в целом в социокультурном пространстве. Важно не только привлечь и организовать процесс обучения иностранных и иногородних студентов, а также выстроить эффективный процесс адаптации, который в свою очередь оказывает влияние на полученное в итоге образование и репутацию того или иного российского вуза.

Адаптация в свою очередь – это сложный, многоуровневый процесс, длящийся на протяжении всех лет обучения. Как известно, только на третьем курсе у студента формируются важные навыки самоконтроля, организованности и ответственности [2]. Существуют активная и пассивная социальные адаптации [3]. Успешной социальной адаптацией является в том случае, когда сочетаются адекватный статус студента в вузовской среде и его собственная удовлетворенность вузовской средой. Неуспешная адаптация характеризуется сдвигом интересов студентам в другую среду или девиантное поведение. Например, неуспеваемость студента и его последующее отчисление [4].

Кроме того, изучение студенческой молодежи в целом представляет особый интерес. В том числе и потому, что студенты являются особой социальной группой молодежи, которой характерны собственные специфические условия жизни и социальное поведение. Так, на студентов влияют в той или иной степени различные факторы, в том числе, «неравные возможности и положение студентов, острая дифференциация социально-экономических условий жизни и учебы, что может привести к формированию девиантного поведения» [5].

Исследование адаптации студентов в российских вузах широко раскрыто в работах отечественных социологов и является весьма актуальным. С точки зрения актуальности для нашей работы интересными являются следующие исследовательские работы:

Социологическое исследование лаборатории социологических исследований Института социально-философских наук и массовых коммуникаций Казанского федерального университета, проведенное в 2015 году [6].

Исследование, проведенное в качественной стратегии, среди иностранных студентов КФУ позволило сформулировать следующие выводы: необходимо выделять группы иностранных студентов, так как проблемы адаптации внутри этих групп различны, основной проблемой, объединяющей все группы иностранных студентов, является – уровень знания русского языка.

Т.К. Фомина в работе «Иностранные студенты в медицинском вузе России: интериоризация профессиональных ценностей» подчеркивает, что процесс адаптации длится в течение всего периода обучения студента, а на эффективность этого процесса влияют агенты социализации, тип личности студента, этносоциальная комплементарность российской социальной среды [7].

Н.Г. Маркова, исследуя формирование культуры межнациональных отношений студентов, формулирует принципы данного процесса: принцип политолерантности, принцип инкультурации, принцип аккультурации [8].

В.Н. Аргунова и Т. Лондаджим, исследуя барьеры социокультурной адаптации иностранных студентов подчеркивают, что адаптация для них является важным условием, которая влияет на успешность из обучения. Препятствиями же являются языковой барьер и национально-культурные различия [9].

Нижегородский социолог И.А. Савченко анализируя интеграцию индийцев, китайцев и африканцев, делает вывод, что межнациональные отношения в процессе адаптации иностранных студентов оказывают важное значение [10].

Галимова Ф.Т. в своем социологическом исследовании, посвященном социокультурной адаптации иностранных студентов Казанского Федерального университета, взяв за основу научную концепцию социолога Дж. Берри «Стресс аккультурации» выделяет группы иностранных студентов в зависимости от того, какой стратегии адаптации они следуют. Таким образом, автор выделила: иностранных студентов дальнего зарубежья, следующих стратегии интеграции; иностранных студентов ближнего зарубежья, следующих стратегии ассимиляции; иностранных студентов дальнего зарубежья, следующих стратегии сепарации и иностранных студентов, следующих стратегии маргинализации [11].

Концепция «стресса аккультурации» была использована при изучении иностранных студентов вузов г. Саратова [12]. Было установлено, что стратегии «интеграция» и «сепарация» связаны с желанием сохранить собственную культурную идентичность, а также с принятием других; стратегия «маргинализация» рассматривается как переходная; стратегия «ассимиляция» связана с высоким уровнем конформности и переживаемой ностальгией.

Исследования социокультурной адаптации иностранных студентов в российских вузах носят по большей части локальный характер, описывая опыт, выявляя особенности адаптации групп студентов в конкретном вузе.

Исследование В.Н. Петрова, В.Н. Ракачева, Я.В. Ракачевой и А.В. Ващенко посвящено изучению адаптации иностранных студентов г. Краснодар. Исследователи указывают на языковые, бытовые сложности, а также трудности взаимодействия с местными жителями, которые расценивают студентов как «чужих» [13].

Интерес представляет исследование, проведенное Н.В. Сомовой среди студентов Российского государственного гидрометеорологического университета. Были выявлены различия в адаптации разных групп студентов, определяемыми национально-культурными особенностями [14]. Исследователи отмечают необходимость при построении учебного процесса использовать индивидуальный подход к каждому конкретному студенту.

Обобщив исследования российских авторов, можно отметить, что особенности социокультурной адаптации иностранных студентов во многом определяется местом, откуда при-

езжают обучающиеся. Обычно исследователи выделяют группы иностранных студентов: обучающиеся из ближнего зарубежья и студенты из дальнего зарубежья. Касаемо иногородних студентов вопрос изучен довольно поверхностно, не выявлено типологий и групп, которые могли бы характеризоваться едиными особенностями, важными для выстраивания в вузе процесса адаптации.

Анализируя работы, посвященные социокультурной адаптации иностранных студентов, становится очевидным, что не менее важным является определить стратегии «вписывания» иностранных студентов в новую для них социокультурную среду, установить, что именно в большей степени влияет на этот процесс – выстроенная и функционирующая организационная среда вуза или неформальные практики, позволяющие выстроить собственные траектории поведения.

Говоря о «приезжающих» в российский вуз студентах, мы имеем в виду и иностранных и иногородних студентов в контексте чуждости для них имеющейся вузовской и городской среды. Можно говорить, как о близости таких групп студентов, так и о различии. Главными объединяющими признаками безусловно выступают как сам факт приезда в новую социокультурную среду, так и необходимое «встраивание» в нее. Однако сам процесс адаптации для этих групп студентов различается, так, иностранным студентам, очевидно, необходимо прилагать намного больше усилий в части изучения русского языка, на котором зачастую осуществляется обучение и который является основополагающим в процессе адаптации. Кроме того, для иногородних студентов различия в повседневных практиках будут не настолько радикальными, как для иностранных студентов, которым часто приходится менять свой образ жизни, ввиду имеющихся социокультурных особенностей.

В основе нашей работы изучение социокультурно адаптации иностранных и иногородних студентов Казанского федерального университета. Данный вуз выбран для изучения не случайно. КФУ входил во всероссийский проект «5–100», где важным показателем эффективной деятельности являлось количество иностранных студентов, обучающихся в вузе, а по итогам приема в 2019 году вуз занял первое место по числу обучающихся из-за рубежа среди всех вузов России. Кроме того, являясь федеральным вузом, находящимся в столице Республики Татарстан КФУ каждый год, привлекает большое количество иногородних студентов, в том числе молодежь из самой республики, а также студентов со всех уголков России [15].

На наш взгляд, процесс адаптации в большой степени зависит от организационной структуры вуза. Так, в КФУ можно выделить четыре уровня структуры организации процесса социокультурной адаптации приезжих студентов: отдел адаптации иностранцев, входящий в Департамент внешних связей КФУ, который реализует программы, мероприятия по поддержке иностранных обучающихся, занимается как оформлением документов, так и адресной поддержкой студентов; работа в рамках институтов, входящих в вуз, которая включает образовательную и социально-воспитательную деятельность, каждое подразделение осуществляет работу самостоятельно, исходя из своей специфики; кураторы академических групп, работа ими ведется индивидуально, отсутствуют какие-то нормативные документы по работе с иностранными студентами, студенческие группы могут быть смешанными либо полностью состоящими из иностранных студентов; уровень общежития – осуществляется социально-бытовая адаптация и социально-воспитательная работа.

Таким образом, эффективная социокультурная адаптация иностранных и иногородних студентов зависит не только от близости культурной среды, знания русского языка, но и особенностями организационной структуры вуза и решением этого вопроса на административном уровне, а также сложившимися практиками неформальной поддержки и помощи среди обучающихся, объективными и субъективными характеристиками самого студента.

Литература

1. Число иностранных студентов в России в 2022 году выросло на 8,4 %. – URL: <https://tass.ru/obschestvo/16453991> (дата обращения: 27.12.2022).

2. Кузьмишкин А.А., Кузьмишкина Н.А., Забиров А.И., Гарькин И.Н. Адаптации студентов первого курса в вузе // Молодой ученый. – 2014. – № 3. – С. 933–935
3. Петров В.Н., Ракачев В.Н., Ракачева Я.В., Ващенко А.В. Особенности адаптации иностранных студентов // Социологические исследования. – 2009. – № 2. – С. 117–121.
4. Калугина Т.А. Социальная адаптация иногородних студентов к вузовской среде // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. – 2018. – № 3. – С. 279–286.
5. Ефлова М.Ю., Фурсова В.В., Маслова Л.П. Девиации в студенческой среде в условиях информационного общества / Евразия и глобальные социально-экономические изменения: сборник статей Международного конгресса социологов Тюркского мира (Казань, 12–13 марта 2020 г.). – С. 355–365.
6. Ишканиева Ф.Ф., Озерова К.А., Кавеева А.Д., Ахметова С.А., Фурсова В.В. Интернациональный характер современного образования: адаптация иностранных студентов в российском вузе // Вестник Института социологии. – 2017. – № 20. – С. 48–51.
7. Иностранные студенты в медицинском вузе России: интериоризация профессиональных ценностей. – URL: https://new-dissert.ru/_avtoreferats/01002638485.pdf (дата обращения: 27.12.2022).
8. Маркова Н.Г. Формирование культуры межнациональных отношений студентов в поликультурном образовательном пространстве ВУЗА: автореф. дис. ... д-р пед. Наук / Н.Г. Маркова. – Казань, 2010. – 42 с.
9. Аргунова В.Н., Лондаджим Т. Барьеры социокультурной адаптации иностранных студентов, обучающихся в российских вузах // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2008. – № 4. – С. 7–12.
10. Савченко И.А. Иностранный студент в России: условия и барьеры интеграции // Вестник ОГУ. – 2010. – № 4 (110). – С. 25–31.
11. Стратегии социокультурной адаптации иностранных студентов (на примере Казанского федерального университета). – URL: https://kpfu.ru/student_diplom/ (дата обращения: 27.12.2022).
12. Рягузова Е.В. Адаптационный сценарий иностранных студентов, обучающихся в России // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. – 2018. – Т. 18. – № 1. – С. 63–73.
13. Репьёва Н.Г. Проблема адаптации студентов первого курса к обучению в вузе. – URL: <http://elib.altstu.ru/elib/dissert/conferenc/2010/02/pdf/275repyeva.pdf> (дата обращения: 27.12.2022).
14. Сомова Н.В. Анализ особенностей социокультурной адаптации иностранных студентов на этапе предвузовской подготовки // Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 1. – С. 235–238.
15. Щелкунов М.Д., Николаева Е.М., Ефлова М.Ю., Котляр П.С. Медиаобразование в высшей школе: особенности, перспективы, риски // Вестник экономики, права и социологии. – 2018. – № 2. – С. 208–213.

ГОРОДСКИЕ КРЕАТИВНЫЕ ПРОСТРАНСТВА КАК МЕСТА РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ: АКТИВНОСТИ, ПОТЕНЦИАЛ И ВОЗМОЖНОСТИ

**Кладова Анастасия Андреевна,
Гарифзянова Альбина Раисовна**

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В статье представлены результаты пилотажного социологического исследования, посвященного роли городских креативных пространств г. Казани в реализации молодежи. Основываясь на методе case-study и используя концепцию креативного класса

Р. Флориды, в работе исследуются возможности креативных пространств с перспективы самой молодежи. Включение молодых людей в деятельность креативных пространств рассматривается авторами как реализация своей гражданственности. Эмпирическую базу исследования составили 16 неформализованных интервью с основателями, резидентами и посетителями исследуемых пространств, а также результаты включенного наблюдения.

Ключевые слова: креативное пространство, креативные индустрии, креативная экономика, самореализация молодежи, городская молодежь, креативный город, креативность.

В современной социологической науке растет интерес к исследованию такого феномена как «креативность». Возникают принципиально новые теории, рассматривающие человеческую креативность как движущую силу общественного развития. Социальные исследователи связывают прогрессивные городские изменения со становлением креативной экономики. С точки зрения социальных изменений данная экономика позволяет сформировать позитивный имидж города, влияет на сохранение его культурного наследия и развитие местных сообществ. Производством творческого инновационного продукта занимается креативный класс, который осуществляет свою деятельность в условиях городской культуры. Креативный класс выдвигает новые условия к трудовой деятельности. Не желая работать в классических офисных помещениях, они формируют запрос на создание специальных рабочих пространств с особой креативной атмосферой. Общим термином для обозначения мест локализации креативного класса является «креативное пространство».

В последние годы процесс формирования креативных пространств стал активно реализовываться и на территории России. Одним из главных акторов развития городов выступает молодежь, она же является активным субъектом креативных индустрий. Обычно молодежь мигрирует в экономически и культурно более развитые регионы, где созданы возможности для их реализации [1, с. 336]. Именно креативные пространства могут стать местами удержания молодых людей и их развития. Однако, креативная экономика в России начала развиваться в 2010 годах, а решение данного вопроса на государственном уровне произошло лишь в 2021 году, поэтому в нашей стране еще не подготовлена материальная инфраструктура, для развития креативных пространств. В регионах России, в том числе и в г. Казань ситуация обстоит хуже, в связи с чем молодежь, не имея возможностей для развития своего потенциала, переезжает в Москву или Санкт-Петербург. В связи с чем оказывается необходимо изучение возможностей, которые открываются в креативных пространствах города Казань, для реализации молодых людей и их удержания в регионе.

С точки зрения молодежной проблематики креативные пространства способствуют разрешению ряда проблем, связанных с молодежью. Среди таковых, например, можно выделить проблему безработицы. Так, в России развитие креативных индустрий позволило снизить уровень безработицы на 20 % в данной социальной группе [2, с. 11]. Создание новых креативных организаций также позволяет решить проблему оттока молодежи в более развитые регионы. На ряду с этим, креативные пространства способствуют формированию новых ценностных ориентаций. Молодежь оказывается наиболее терпима и толерантна, характерным для них становится направленность на самореализацию, а также открытость новому. Своё социальное благополучие они больше не связывают с социальным происхождением своих родителей. Теперь их материальная обеспеченность связывается с личными усилиями [3, с. 85.]. Молодые люди, чья социализация проходила в условиях возрастающей креативности, транслирует сегодня принципиально новые стратегии гражданского участия. В основе их действий лежит идея улучшения окружающего мира по средством объединения сил, поэтому так активно происходит создание сообществ и локальных групп. Однако, поскольку молодежь действует вне официальной политики, она оказывается ограничена теми ресурсами, которыми непосредственно обладает, поэтому действует только там, где действительно может что-то изменить.

Делая попытку осмыслить роль креативных пространств г. Казани в реализации современной городской молодежи и пытаясь проследить те смыслы, которые она вкладывает

в свою деятельность, включаясь в них, в данном исследовании мы придерживались качественной методологии, которая позволила найти и раскрыть «скрытые смыслы» в социальных практиках.

Под креативным пространством мы понимали физически ограниченное пространство, внутри которого взаимодействуют представители творческих профессий и креативные бизнесы, объединение ресурсов которых создает эффект синергии, способствующей социальному и экономическому развитию города или региона. В качестве отличительной особенности креативного пространства мы также выделим общедоступность территории, основное предназначение которой заключается в предоставлении возможности для творческого взаимодействия людей. Важно также обратить внимание на то, кем было организовано пространство. В зависимости от этого выделяют пространства, организованные «снизу», т.е. представителями творческих профессий или местными активистами. Появление таких пространств обусловлено потребностью представителей местных городских сообществ в местах для реализации себя, коммуникации, проведения встреч и мероприятий. Изначально такое пространство возникает как низовая инициатива, представляющая возможности для культурного обмена, поддержки друг друга и общения. Основным отличием пространств «снизу» также является их позиция независимости от городских властей и желание самостоятельно формировать свою программу, основанную на их ценностях. Второй тип – пространства, организованные «сверху» по инициативе городских властей. Такие места являются неформальной площадкой для организации культурных мероприятий, но их основным источником финансирования выступает государство и действуют они согласно повестке, поддерживаемой им [1, с. 341–343].

Поскольку каждое отдельное креативное пространство развивается в особом экономическом, социальном и локальном контексте и имеет свою специфику, в качестве основного метода исследования нами было решено использовать метод case-study. Выделяя в качестве критерия отбора такие факторы как время существования пространства и тип его организации, в качестве первого кейса был выбран центр современной культуры «Смена». Данный центр появился в 2013 году по инициативе молодых активистов и стал первым креативным пространством города. Вторым анализируемым кейсом стала Национальная библиотека Республики Татарстан, поскольку среди креативных пространств, созданных по инициативе городских властей, она была также первой. Обе площадки являются популярными в городе: здесь проходят модные фестивали, яркие выставки, интересные лекции. Также для многих молодых людей благодаря расположению (в центре города) и насыщенности мероприятиями эти креативные пространства воспринимаются как важные точки, позволяющие «присваивать город», делать его своим и воспринимать как дом.

Современное городское пространство в условиях возрастающей глобализации и цифровизации становится все более разнородным. Развитие и распространение креативных пространств также оказывает большое влияние на увеличивающееся разнообразие. Появление первых креативных пространств в России связывают с зарождением креативной экономики, началом развития которой в нашей стране считают 2008–2010 года. В 2010 году новому бизнесу потребовались места для работы, поэтому стали появляться первые креативные пространства, отвечающие запросам креативного класса. В Казани первым пространством, работающим по принципам креативного, стал Центр современной культуры «Смена»: *«В 2013 году мы открыли Смену. Вот с тех пор занимаюсь какими-то культурными, книжными проектами, организовываю выставки, ярмарки, фестивали самые разные»* (М, 32, Смена, организатор).

«Смена» появилась по инициативе активных молодых людей, желающих реализовать, в первую очередь, свои собственные интересы. Однако, их личные интересы пересекались с некоторыми городскими проблемами, поэтому открытие «Смены» стало ответом на эти проблемы. Другими словами, желание основателей смены показывать современное искусство, развивающееся в Казани, состыковалось с проблемой отсутствия на тот момент в городе условий для местных молодых деятелей искусства, в связи с чем и образовался Центр современной культуры. Деятельность «Смены» способствовала не только поддержанию мест-

ного творческого сообщества, но и способствовала отражению локальной идентичности Казани, влияла на создание имиджа города.

«Ну, просто в городе, да и в стране это все тогда не развивалось, а мы это хотели компенсировать» (М, 31, Смена, организатор).

Другим важным направлением Центра современной культуры стал книжный магазин, который открывался как альтернатива сетевым книжным магазинам. Главной отличительной чертой независимого книжного стала направленность на научно-образовательную литературу, которую сложно найти в сетевых магазинах. При этом размещение некоторых книг на полках «Смены», также стало инструментом отражения местного контекста и презентации городской специфики как для жителей города, так и для внешней публики. В рамках проекта для этого также позднее начало развиваться небольшое издание, которое стало выпускать книги краеведческого характера:

«Особенность книжного магазина смены заключается том, что, если мы сравним ее с каким-нибудь сетевым магазином <...> вот эти книжные магазины они ориентированы больше на художественную литературу» (Ж, 21, Смена, сотрудник).

«Это маленькое издательство, которое выпускает одну – две книги в год. Так или иначе, тесно связано с локальным контекстом. <...> А так, ну да, идея была того, что делать современное издательство про казанский контекст. Как-то, так или иначе, усложнять, углублять, в общем, опыт взаимодействия с городом и жителей города, и гостей, и тех, кто в городе ни разу не был» (М, 32, Смена, организатор).

На сегодняшний день поле деятельности Центра современной культуры «Смена» расширилось, однако он по-прежнему остается ориентирован на культурную-просветительскую и образовательную работу. Для осуществления данной цели в пространстве проводятся лекции, кино-обсуждения, выставки, фестивали. Благодаря данной деятельности в пространстве смены создаются новые образовательные и культурные продукты. В научном дискурсе сегодня принято обозначать короткие дополнительные формы образовательной деятельности термином «малые образовательные формы». Такие программы сегодня часто реализуются именно в креативных пространствах, в том числе и в изученных нами кейсах.

Ведущая цель проекта – «усложнить этот мир», как отмечает один из основателей «Смены» (М, Смена, 32, организатор). То есть, смысл деятельности данного пространства заключается в повышении духовного и интеллектуального уровня развития местных жителей посредством создания культурного продукта, а также условий для просвещения. Причем эту цель разделяют и некоторые сотрудники пространства: *«Нужно давать какую-то тренировку для мозга, и, мне кажется, вот такие пространства как Смена, по идеи, помогают реализовывать себя, и они помогают, ну, свой мозг тоже держать в тонусе» (Ж, 21, Смена, сотрудник).*

Это позволяет говорить нам о том, что эффективность пространства определяется не столько коммерческим успехом, а сколько тем эффектом, который оно оказывает на развитие людей, проживающих в данном городе. Это проявляется как в реализации каких-то высоких целей, связанных с идеей усложнения мира, так и в достаточно примитивных целях, например, создание рабочих мест. При этом нельзя отрицать тот факт, что «Смена» вынуждена всегда искать источники финансирования, но связано это не с увеличением прибыли, а именно с необходимостью устойчивого существования. Именно стабильность позволяет обеспечивать людей, в первую очередь молодежь, работой и зарплатой, что в свою очередь позволяет продолжать работу по просвещению и увеличивать ее масштабы.

«Наша задача делать так, помимо всех прочих пафосов, о которых я говорил, про усложнение <...> сделать так, чтобы бесперебойно все это работало. Чтобы город получал дивиденды от существования Смены и в смысле программы, в смысле как бы от рабочих мест и прочего, прочего» (М, 32, Смена, организатор).

При этом сотрудники «Смены», устраиваясь туда, не только стремятся к личностному интеллектуальному развитию, но также идут работать из-за возможности быть причастными к общей просветительской деятельности: *«Здесь в основном молодежь тусует, надо чем-*

то их занимать, надо что-то предлагать всегда какие-то новые возможности, идеи для развития» (Ж, 19, Смена, сотрудник).

Именно поэтому у них ярко выражена локальная идентичность с местом работы, которая проявляется в том, что сотрудники говорят от лица смены, используя в основном такие местоимения как «мы», «нас». Однако, отмечают это в основном сотрудники, занятые непосредственно в деятельности Смены, а не в резиденциях:

«...весь ассортимент, который мы предоставляем, мы его выбираем самостоятельно. И получается, то интеллектуальное накопление, которое у нас представлено, это то накопление, которое мы собираем, которое мы считаем важным выставить у себя и таким образом показать людям» (Ж, 21, Смена, сотрудник).

Предварительные итоги исследования показывают, что и основатели, и сотрудники данного пространства в своих действиях ориентированы на выход за пределы своей индивидуальности. Через попытку улучшения жизни города и желание быть полезным для местных жителей они проявляют свою гражданскую позицию. Все это является свидетельством того, что деятельность молодежи в креативных пространствах становится одной из новых форм гражданской активности [4, с. 12].

Именно следование постаматериалистическим ценностям и желание быть полезным для других людей выступают главными критериями для отбора в команду «Смены», поэтому данное сообщество можно назвать относительно закрытым. Формирование команды осуществляется в основном через неформальные каналы, такие как дружеские связи и знакомства. На работу принимают только в том случае, если человек вписывается в атмосферу места и готов поддерживать его главную цель: *«Здесь работают люди с очень необычными интересами, то есть это очень начитанные люди, это люди, которым всегда всего мало <...> у них больше эта сфера искания находится в какой-то духовной плоскости – отмечает один из сотрудников» (М, 31, Смена, организатор).*

Как показало наше исследование, в Смене высокий уровень взаимодействия между организациями, действующими на ее территории. При этом ключевой точкой притяжения посетители все же оказываются именно книжный магазин, выставочное пространство и лекторий, деятельность других резидентов является скорее элементом, дополняющим атмосферу пространства.

«Я думаю, что именно наша кофейня здесь, это просто кусочек смены, ну мне так кажется <...> И мне кажется, люди приходят, чтобы посидеть, либо купить пластинку, послушать музыку, либо почитать книгу и ее купить И(выделила) попить кофе» (Ж, 21, Смена, сотрудник резиденции).

При этом сложно отрицать значимость расположения именно в Смене для резидентов. Креативные бизнесы, которые расположенные на территории данного пространства, чаще представлены малым бизнесом, организованным молодыми людьми. Локальное расположение в Смене дает резидентам ряд преимуществ, наиболее весомыми из которых являются низкая арендная плата и необходимый поток посетителей. В свою очередь развитие креативных бизнесов также создает новые рабочие места. В особенности это важно для молодежи, которая наиболее активно включается в креативную экономику.

«Для нас Смена на данный момент идеальный вариант <...> Мы хорошо вписываемся в стилистику места, поэтому и аудитория у нас очень похожа. Те, кто приходят в Смену, часто заглядывают к нам и наоборот» (М, 24, Смена, сотрудник резиденции).

Важной характеристикой Смены является её насыщенная событийная программа, которая и становится важной составляющей её развития. Именно лекции выступают инструментом позитивных общественных изменений. Сотрудники и основатели пространства либо самостоятельно организуют мероприятия, либо сдают в аренду лекторий или выставочный зал. Во многом благодаря этому Смена становится местом притяжения горожан.

«В Смене больше меня привлекают лекции, нежели само пространство. Возможность узнать что-то новое, это основное и самое привлекающее, получить информацию, послушав лекции» (Ж, 22, Смена, посетитель).

Как показало наблюдение, большинство посетителей приходит в Смену в основном в дни лекций и мероприятий. Основной целевой группой посетителей выступает молодежь, однако в редких случаях аудитория представлена также и более взрослыми поколениями. В обычные дни посетители заходят не на долго, чаще для посещения выставки, либо в книжный магазин. Поскольку в пространстве также есть небольшие столики, часть посетителей пользуются ими как местом для работы с ноутбуком. Но из-за небольшого количества таких посадочных мест, людей, осуществляющих подобную деятельность, оказывается не много: *«Посетителей сегодня было не много, в основном забегают по пути, быстро уходят. Хотя были те, кто оставался работать. Но все равно в основном большинство просто идет в книжный или в пластинки» (из исследовательского дневника от 6.05.2023).*

Важную роль в развитии креативных пространств играет и политика государства в отношении креативной экономики и креативных индустрий. От существующих законов во многом зависит то, в каких условиях будут данные пространства развиваться, какие будут реализованы меры для их поддержки. В последние годы правительство России стало осуществлять активную поддержку по развитию данного сектора. В свою очередь это спровоцировало появление креативных пространств, организованных по инициативе городских властей или при их поддержке. Например, в Казани в 2020 году было принято решение перенести библиотечный фонд Национальной библиотеки Республики Татарстан в здание бывшего национального культурного центра (НКЦ), который специально для этого был ревитализирован. По инициативе местных городских властей было принято решение организовать креативное пространство, предоставляющее больший спектр возможностей, чем классическая библиотека.

Главной концепцией данного пространства стала, очевидно, библиотечная деятельность и книжное дело. Однако на территории библиотеки также появились выставочное пространство, лекторий и помещения для резидентов. Причем помещения для резидентов изначально создавались под конкретные организации, учитывая их специфику. С точки зрения данного исследования интересным оказался тот факт, что резидентом библиотеки стала также и Смена. При этом синергетический эффект в библиотеке очень низкий, поскольку резиденты не взаимодействуют друг с другом. Причем ряд сотрудников резиденций не знает о существовании иных резидентов на территории пространства. Другими словами, неформальное взаимодействие, которое формирует стимулы для творческого раздражения, в библиотеке отсутствует. В связи с чем мы можем сделать вывод, что резиденты библиотеки замкнуты в себе, поэтому эффективность библиотеки, как места производства креативного инновационного продукта, мала:

«Ну тут смотри как, зона ответственности библиотеки велика, но есть резиденты, например, театр Моп, книжный Смена и кофейня Мин – партнеры. То есть это отдельная организация, которая здесь арендует пространство, поэтому они сами по себе» (М, 30, Библиотека, сотрудник библиотеки).

Однако пространство библиотеки представляет само по себе новый инновационный культурный продукт. Формат национальной библиотеки РТ сильно отличается от традиционного образа такого рода организаций. Сегодня здесь можно не только воспользоваться читальным залом или взять книгу, также посетителям доступны компьютерные зоны, бесплатный Wi-Fi, игра на музыкальных инструментах, комфортные рабочие зоны и зоны отдыха. Среди резидентов пространства, чьими услугами также можно воспользоваться – это театр, книжный магазин «Смена», студия звукозаписи и кофейня. Для популяризации книжного дела организован выставочный зал, в котором проходят выставки, связанные исключительно с данной деятельностью. С недавнего времени также организовано выставочное пространство для произведений изобразительного искусства. Другими словами, особенность данной библиотеки заключается в ее многофункциональности.

Целевая аудитория библиотеки представлена различными социальными группами. В ходе наблюдения были выделены такие основные группы как: молодежь, пенсионеры, родители с детьми. При этом чуть реже также встречались школьники и иностранцы. Так, аудитория библиотеки оказалась шире, чем в Смене. Основным видом деятельности посетителей

библиотеки выступает работа за ноутбуком. Наши информанты отмечали, что библиотека важна для них как место для комфортной работы или учебы. Также, например, здесь часто можно встретить группы иностранцев, занимающихся изучением языка или школьников, которые готовятся к сдаче экзаменов.

«Я вообще очень часто хожу сюда, ну, потому что, во-первых, тут мне спокойнее, и я чувствую, что могу продуктивно поработать. И еще тут есть зал с компьютерами и мне это часто бывает нужно для проектов» (Ж, 19, Библиотека, посетитель).

Лекторий и выставочное пространство библиотеки не пользуется такой популярностью, как в Смене. Однако библиотека становится важным местом воспроизводства локальной идентичности. Во-первых, инструментом отражения культурного и национального контекста города становится деятельность резидентов. Например, театр Moon отражает национальную культуру в своих спектаклях. Также резиденция Yummy Music, которая создает новую неформальную татарскую музыку. Интересно отражается национальная история в кофейне Min, где уже в названии использовано татарское слово «Миң», которое в переводе означает «родинка». Во-вторых, некоторые мероприятия, организованные непосредственно библиотекой направлены на отражение национальной культуры региона: *«Мероприятие по изучению татарского языка на удивление оказалось очень популярным. Сотрудник позже рассказал, что зарегистрировалось более 500 человек. Как оказалось места для всех в зале не хватало, поэтому пришлось часть посетителей пригласить онлайн» (из исследовательского дневника от 15.04.2023).*

Так, библиотека становится местом отражения городской идентичности, при этом она также обретает статус важного экскурсионного места. *«Я иногда показываю её знакомым, друзьям, родственникам, которые не были в Казани и только приехали – это как часть, как место, которое отражает этот город» (Ж, 25, Библиотека, посетитель).* Подчеркивая важность данного места для горожан, сотрудница резиденции даже проводит аналогию между библиотекой и значимым символом города – мечетью Кул-Шариф: *«...а сейчас почему-то люди приводят сюда своих друзей, как Кул-Шариф и НКЦ» (Ж, 20, Библиотека, сотрудник резиденции).*

Как в пространстве Смены, так и в пространстве библиотеки ключевым мотивом у молодежи для работы здесь становятся возможности, которые открываются перед ними для их профессиональной реализации. Так, например, девушка, чья профессия связана с филологией объясняет, что Смена открыла для нее новые перспективы в своей профессиональной специализации: *«Я, например, думаю над тем, чтобы двигаться в сферу литературной критики, в сферу книжного издательства и «Смена», так скажем, очень хорошее место для того, чтобы узнать изнутри о какой-то книжной кухне» (Ж, 21, Смена, сотрудник Смены).* При этом не всегда на прямую связано с полученным образованием. В пространстве библиотеки один молодой человек открыл для себя направление деятельности, в котором стал развиваться профессионально непосредственно в процессе работы там: *«Возможностей очень много. Я, допустим, как художник по свету, у меня есть возможность поступить в ГИТИС на художника по свету <...> Все навыки, которые я получаю здесь, они открывают мне возможность работать везде» (М, 28, Библиотека, сотрудник резиденции).*

Сравнивая изучаемые кейсы, можно выделить еще одну важную черту, характерную для обоих пространств. Обе организации изначально заявляют о своей открытости. Это проявляется не только в свободе посещения, но также и в возможности проведения своего мероприятия или демонстрации своих работ в выставочных пространствах, доступных для любого жителя.

«У нас есть опенкольные выставки. Любой художник может подать заявку, мы принимаем ее и то есть он выставляется на нашей выставке» (Ж, 19, Смена, сотрудник).

«Даже каждый читатель, которые зарегистрирован в библиотеке, он может сюда прийти и делать, что ему нужно, пользоваться этим пространством как ему хочется. Он может взять и решить организовать какой-нибудь книжный клуб, связаться просто и ска-

зять, что я делаю то-то и можно я два часа в неделю буду делать это» (М, 30, Смена, сотрудник).

Однако в своих высказываниях, относительно этого вопроса, сотрудники противоречат сами себе. И как оказывается специфика места все же диктует определенные условия к пользователям пространства. В связи с чем пространство отсеивает тех, кто не вписывается в их правила, оставляя в приоритете представителей креативного класса, интеллектуальную молодежь и творческих профессионалов.

«У Смены вообще специализация на образовательный контент направлена. У нас все лекции либо они связаны с искусством, либо с фотографией, бывают религиозоведческие. В основном все такое образовательное» (М, 31, Смена, организатор).

«Это там согласовывается и в большинстве случаев, если эта тема книжная или образовательная, ну, заходит» (М, 30, Библиотека, сотрудник).

Исследовательницы Е.Н. Кузинер и Д.С. Петрунина отмечают, что такой отбор аудитории не приводит к «закрытию» пространства, однако это ведет к тому, что оно перестает восприниматься как «свое» место для других городских сообществ [1, с. 344–345]. О попытке креативного класса отгородиться от других социальных групп также пишет и А.А. Желнина [5, с. 54–55]. Она обращает внимание на то, что некоторые пространства ограждаются от нежелательных групп, таких как «алкоголики» и «быдло» через разные практики ограничения свободы на территории пространства. В случае с нашими кейсами такая критическая позиция по отношению к другим социальным группам не прослеживается, однако имеются незначительные проявления разделения аудитории на «своих» и «чужих». Например, сотрудники Смены не принимают сотрудников и посетителей ресто-бара Саломы: *«Недавно открылось заведение «Солома» – ресторан, но с этими ребятами мы практически не общаемся, не коммуницируем, не действуем, потому что у них какое-то свое кафе, ресторан» (Ж, 21, Смена, сотрудник).* Однако данный вопрос не был подробно раскрыт в рамках данного исследования и требует отдельных научных изысканий.

Результаты исследования показывают, что у молодежи есть запрос на креативные пространства. Именно в увеличение числа таких мест наши информанты видят развитие города. Важным эффектом от распространения креативных площадок они видят в повышении общего уровня культуры горожан, изменении их ценностных ориентаций. В основном, как замечают некоторые информанты, креативные пространства формируют новые молодежные практики, ориентированные уже не на разрушение, а на созидание:

«..такие места есть и какие они будут на вид, это воспитывает отношение людей к месту, к каким-то вещам, к ценностям. Вот сюда приходишь и тут никто, например, уже не пьет, фонари не бьет, ну, от этого не так далеко мы ушли, мы только отрываемся потихоньку, только создается пространство культурное» (М, 32, Библиотека, сотрудник резиденции).

Рассмотренные кейсы показывают, что креативные пространства могут быть организованы по-разному, а их событийная программа, транслируемые ценности, функциональные возможности и организация физического пространства оказывают значительное влияние на их целевую аудиторию. Так, центральной идеей Смены, выступает идея «усложнения мира», а в основе библиотеки лежит, очевидно, книжная деятельность. При этом оба пространства в своей деятельности стремятся отразить локальную идентичность города, и поэтому реализуют различные краеведческие проекты.

С точки зрения молодежного вопроса, оба пространства решают, в первую очередь, вопрос культурного воспитания молодых людей и создают возможности для их просвещения. На ряду с этим креативные пространства способствуют решению проблемы молодежной безработицы, при чем не только создавая рабочие места, но и способствуя реализации их профессионального потенциала. Доступ к выставочным площадкам открывает возможности для молодых начинающих художников, тем самым формируя условия для развития местного современного искусства. Также внутри пространств создаются условия для размещения небольших творческих бизнесов, которые получают различные выгоды как от взаимодействия

друг с другом, так от размещения: популярность пространства, низкая арендная плата, создании совместных продуктов.

Таким образом, развитие креативных пространств сегодня оказывает значительное влияние на самореализацию молодых людей. Городская молодежь активно использует те ресурсы, которые открываются перед ней в подобных пространствах. Центр современной культуры «Смена» и Национальная библиотека Республики Татарстан играет большую роль в реализации потенциала местных молодых предпринимателей, начинающих художников, профессионалов, недавно закончивших образовательные учреждения, а также различных творческих специалистов, связанных с креативными индустриями. Причем деятельность в креативных пространствах для некоторых молодых людей открывает возможности для реализации своей гражданской и социальной позиции, становясь, таким образом, одной из новых форм гражданской активности молодежи. Все это значительным образом влияет на молодежную миграцию, позволяя удерживать молодежь в родных регионах.

Литература

1. Кузинер Е.Н., Петрунина Д.С. Креативные пространства как «третьи места» в регионах России // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2022. – № 6. – С. 333–355.
2. Аналитический центр при правительстве Российской Федерации. Образование и креативная индустрия в зеркале международных и отечественных практик // Бюллетень о сфере образования. – 2017. – 23 с. – URL: <https://ac.gov.ru/files/publication/a/14525.pdf> (дата обращения: 31.05.2023).
3. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / пер. с англ. А. Константинова. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2007. – 421 с.
4. Нартова Н.А. Гражданственность в представлении петербургской молодежи и их родителей // Социологические исследования. – 2019. – № 12. – С. 38–47.
5. Желнина А.А. Творчество «для своих»: социальное исключение и креативные пространства Санкт-Петербурга / Креативные индустрии в городе: вызовы, проекты и решения: сб. науч. трудов студентов и преподавателей НИУ ВШЭ / под ред. Ю.О. Папушиной, М.В. Матецкой. – СПб.: Левша, 2012. – С. 42–57.

ПРОБЛЕМА ВЫБОРА БРАЧНОГО ПАРТНЕРА В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Кузнецов Владислав Олегович

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В данной статье представлен анализ последних исследований на тему влияния социальных медиа на выбор брачного партнера. Выдвинута гипотеза о том, что увеличение первого брачного возраста, рост сожителства и увеличение длительности добрачного общения, а также измена, развод, рост популярности «серийной моногамии» и «жизнь соло» могут быть рассмотрены в контексте увеличения количества альтернатив потенциальных брачных партнеров и их доступности в социальных медиа, а также в контексте влияния гиперреальности (по Ж. Бодрийяру) на выбор брачного партнера. За основу исследования главным образом взяты теории «Парадокс выбора» Барри Шварца, а также теория гиперреальности Жана Бодрийяра.

Ключевые слова: парадокс выбора, выбор брачного партнера, семья и брак, гиперреальность, сайты знакомств, социальные сети.

В условиях глобализации, цифровизации и индивидуализации российского общества гендерные отношения претерпевают ряд существенных изменений. Среди которых можно

выделить увеличение первого брачного возраста, снижение количества детей в семьях, рост сожительства, а также увеличение числа разводов. Исследователем предполагается, что подобного рода изменения можно связать с процессом выбора брачного партнера. От выбора брачного партнера и качества добрачного общения зависит стабильность и благополучие семьи. Однако сегодня большая часть межличностного общения происходит в социальных медиа, среди которых, в частности, можно выделить социальные сети и сайты знакомств. Поэтому проблему выбора брачного партнера следует изучать в условиях развития социальных медиа.

Влияние сайтов знакомств на выбор брачного партнера отдельно освещаются в работах Поляковой О.О., Погорельской Е.С., а также Купенко В.Г. По теме влияния социальных сетей на выбор брачного партнера известны работы Шмидт Д.А. В общем контексте проблема выбора брачного партнера рассматривается в работах Юнель С.А., Балюкова И.Б. и Сушко А.С., а также Иванникова А.М. и Приступа Е.Н. Свой вклад в разработку теорий брачного выбора внесли З. Фрейд, Дж. Удри, А. Керкгофф, К. Дэвис и ряд других исследователей. Проведя анализ данной литературы, можно выделить отдельные открытия, которые позволяют выдвинуть и обосновать общую гипотезу о влиянии социальных медиа на выбор брачного партнёра. В связи с чем целью данной работы является анализ свежих исследований о влиянии социальных медиа на выбор брачного партнера и выдвижение гипотезы, позволяющей объединить открытия последних работ в этой области.

В данной статье были использованы теоретические методы анализа отдельных исследований, проведенных за последнее время. За основу взята теория «парадокса выбора», описанная в одноименной книге Барри Шварцем, а также теория гиперреальности Ж. Бодрийяра.

В научной литературе описано множество теорий брачного выбора. Среди них можно выделить следующие: психоаналитическая теория З. Фрейда; модель «фильтров» Дж. Удри, А. Керкгоффа и К. Дэвиса; «Круговая теория любви» А. Рейса; модель «стимул-ценность-роль» Б. Мурштейна; теория комплементарных потребностей Р. Уинча. Во всех теориях главным образом используется «система фильтров», которая предполагает отсеивание потенциальных брачных партнеров и выбор наиболее подходящего. Предполагается, что пары, которые успешно прошли «системы фильтров» так или иначе подходят друг другу в качестве супругов [3]. Это также подтверждается в обзоре современных исследований Юнель С.А., Балюкова И.Б., Сушко А.С., которые делают схожий вывод о том, что все теории выбора представляют собой структуру, либо в виде стадий, либо в виде системы фильтров [17]. Вместе с тем широкий круг исследователей считает, что совместимость супругов влияет на благополучие дальнейшей семейной жизни. Так, например, в работе «Формирование психологической готовности молодежи к семейной жизни» авторы говорят, что «одним из ведущих показателей успешности брачных взаимоотношений супругов является уровень их психологической совместимости». Низкий уровень психологической совместимости говорит о предрасположенности к разрыву и разводу в семье [7]. Таким образом можно определить, что выбор брачного партнера происходит путём сравнения альтернатив и отсеивания партнера по собственной «системе фильтров» на каждом этапе отношений, а степень психологической совместимости в паре оказывает влияние на благополучие в семейной жизни.

Также, на сегодняшний день, можно говорить об увеличении количества потенциальных брачных партнеров за счет растущей вовлеченности в социальные сети и сайты знакомств, и использования их в качестве инструмента поиска. Об этом можно говорить, например, в связи с положительным трендом роста пользователей сайтов знакомств и общего количества пользователей социальных сетей.

На первом графике можно наблюдать рост количества пользователей сайтов знакомств, который в 2020 году преодолел отметку в 270 млн. На втором графике, согласно свежему отчету Global Digital 2023, сегодня насчитывается 4,47 миллиарда пользователей, зарегистрированных в социальных сетях, что составляет 59,4 % от мирового населения [9]. Учитывая быстрый рост популярности «сайтов знакомств» и то, что большинство населения активно

используют социальные сети, можно говорить о том, что человек находится в условиях большого количества альтернатив брачных партнеров.

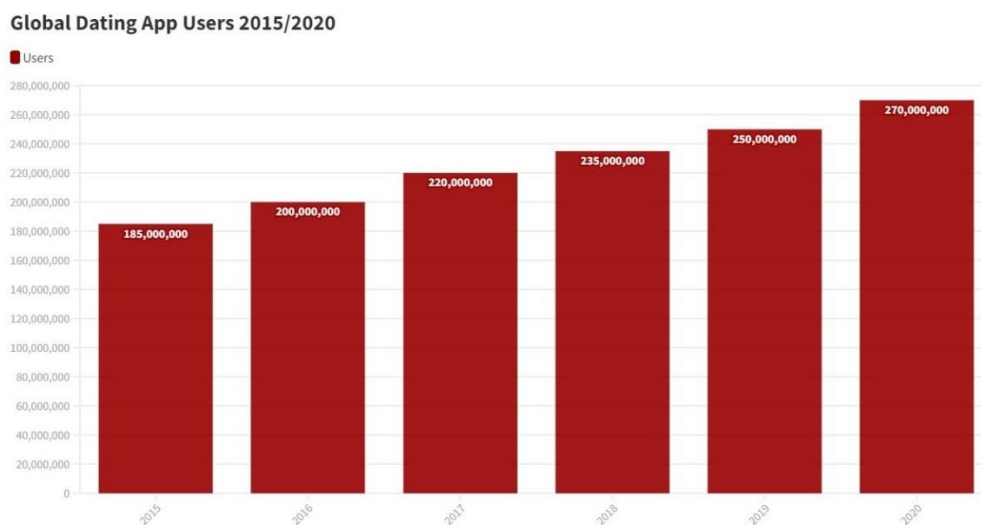


Рис. 1. Динамика роста пользователей сайтов знакомств по всему миру [8]

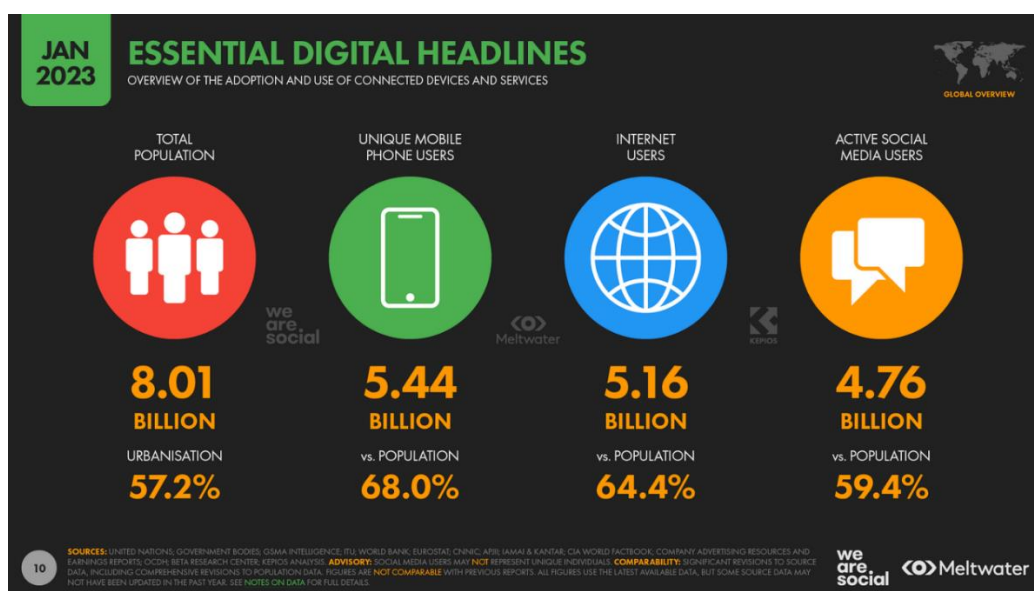


Рис. 2. Главные выводы Global Digital 2023 [9]

Однако стоит учитывать, что согласно социологическому исследованию 625 человек в возрасте от 17 до 24 лет Ю.Г. Мироновой и Н.А. Тырновой было выяснено, что 62,8 % опрошенных считают, что найти брачного партнера можно среди знакомых и друзей. В то время, как только 18 % считают, что можно найти будущую жену или мужа на сайте знакомств [12]. Поэтому, на данный момент, стоит рассматривать «сайты знакомств» не только, как инструмент выбора брачного партнера, но и как поле «виртуальных альтернатив» (симулякров по Ж. Бодрийяру), среди которых выбор может не осуществляться, но которые оказывают влияние на выбор партнера в реальной жизни [13].

Рост количества альтернатив позволяют говорить о присутствии такого феномена, как «Парадокс выбора», описанного в одноименной книге Барри Шварца. Суть данного феномена заключается в том, что большое количество альтернатив приводит к сложности выбора и последующим сожалениям о своём выборе [15]. Другими словами, даже если выбор был

сделан, человек не может быть уверен в правильности своего выбора, так как его сложно оценить в условиях многообразия альтернатив. Феномен «парадокса выбора» на примере сайта знакомств исследован Купенко В.Г. Для проверки индикаторов данного феномена автор использовал метод включенного наблюдения на сайте знакомств «Tinder». В ходе небольшого исследования подтвердились следующие индикаторы, свидетельствующие о наличии данного феномена:

- завышенные ожидания;
- непринятие компромиссов;
- максимизация;
- невысокий уровень заинтересованности в общении и собеседнике;
- неудовлетворенность сделанным выбором [6].

Индикатор «неудовлетворенность сделанным выбором» можно также проследить в работе Погорельской Е.С., Столбцовой Д.В. и Гончаренко О.Н. Согласно проведенному опросу 47 % респондентов указывают, что их личный опыт пользования сайтами знакомств был скорее неудачным, 15 % считают данный опыт однозначно неудачным, суммарные 38 % указывают на то, что опыт был в целом удачный [10]. В связи с чем можно сделать вывод о наличии феномена «парадокс выбора» на сайтах знакомств, при использовании их, как инструмента выбора брачного партнера и предположить, что данный феномен будет присутствовать также в социальных сетях.

Аргументом в сторону репрезентативности данных с сайтов знакомств при исследовании проблем выбора брачного партнера является анализ, проведенный Погорельской Е.С. Методом контент-анализа была получена следующая статистика: 61 % молодых парней и 87 % девушек ищут «серьезных отношений» на сайте знакомств. Это может свидетельствовать о том, что сайт знакомств используется людьми не только, как средство знакомств и общения, но и как способ выбрать брачного партнера [10]. В связи с этим исследование Купенко В.Г. можно считать показательным, так как первоначальные критерии отбора могут задаваться с ориентацией на поиск партнера для создания семьи, а не только для краткосрочного общения.

Учитывая феномен «парадокса выбора» и принимая во внимание значимость совместимости партнеров для создания крепкого брака, самым безопасным выходом для молодых людей, ориентированных на крепкую семью, может стать увеличение количества времени на принятие решения. В связи с этим можно предположить, что увеличение первого брачного возраста, рост сожителства, а также более длительный добрачный период связаны с увеличением количества альтернатив, присутствующих в цифровом пространстве. Однако следует учитывать, что увеличение первого брачного возраста может быть также следствием длительного предбрачного общения. В отличие от добрачного общения со множеством потенциальных брачных партнеров, предбрачное общение предполагает выбор одного партнера. Такая стратегия согласно ряду исследований, например, Цыпляевой А.В., позволяет психологически подготовиться к семейной жизни, приводит к легкости и доверительности в брачных отношениях. Согласно ряду исследований пара, вступившая в брачные отношения при длительности предбрачного общения до 1 года, попадают в группу риска по разрыву отношений [14]. В связи с этим, в контексте «парадокса выбора» необходимо разделять добрачный и предбрачный период, предполагая, что последний не процесс принятия решения, а психологическая подготовка к семейной жизни. Сожителство можно рассматривать в контексте «парадокса выбора», как способ проверки совместимости партнеров. Так, согласно исследованию Кондрашова Н.П., Тимофеева П.Э. среди 192 студентов от 17 до 29 лет большинство респондентов (59,9 %) рассматривают сожителство, как способ проверить чувства до вступления в официальный брак [5]. Также об этом упоминается в работе З.Х. Коблевой [4]. Поэтому рост числа сожителствующих пар в молодом возрасте можно также рассматривать, как способ проверить совместимость, не осуществляя выбор брачного партнера, а откладывая его до момента полной готовности и уверенности в своём выборе. Также «парадокс выбора» заключается не только в сложности выбора, но и в последующих

переживаниях о неверном выборе, когда он был сделан [15]. Это может отражаться на психологическом климате в семье и выражаться в форме измены или развода. Измену в данном контексте можно рассматривать, как попытку удостовериться в правильности или неправильности своего выбора. А развод, как неудовлетворенность своим выбором в условиях доступности других альтернатив. Также можно рассмотреть «серийную моногамию», как систематическое ощущение неудовлетворенности выбором в условиях доступности других альтернатив. А «жизнь соло» как способ избежать переживаний о неверном выборе [2]. Так как «возможность воспроизводить в мыслях идеальные сценарии, которые могли бы произойти при другом выборе, становятся источником для бесконечных переживаний и сожалений» [6, с. 165]. Стоит отметить, что данные предположения на данный момент являются глубоко гипотетическими и требуют проверки в дальнейших исследованиях. Таким образом, можно сделать вывод о том, что увеличение первого брачного возраста, рост сожителства, а также более длительный добрачный период могут быть следствием увеличения времени на принятие решения в условиях большого количества альтернатив потенциальных брачных партнеров в социальных медиа. В свою очередь измена или развод также могут быть последствиями выбора при многообразии и доступности альтернатив. Измену можно рассматривать, как способ проверить правильность своего выбора, а развод, как неудовлетворенность своим выбором.

Влияние социальных сетей на выбор брачного партнера рассматриваются в работах Шмидт Д.А. Например, в работе «Особенности поведения пользователей в социальных сетях как фактор формирования социальных представлений о брачном партнере» методом опроса 525 человек от 18 до 74 лет была определена обратная зависимость настроенности людей на семью и брак от степени вовлеченности в социальные сети. В частности, было выяснено, что активные пользователи социальных сетей в большей степени склонны рассматривать романтические отношения как увлекательное приключение, допуская сменяемость любовных партнеров. А в выборе брачного партнера чаще ориентированы на сексуальную привлекательность. Также было выяснено, что респонденты, уделяющие повышенное внимание социальным сетям и общению посредством Интернета, чаще других допускают возможность одинокого проживания, без романтического партнера, в меньшей степени демонстрируют установки на создание семьи и деторождение, а также верность одному партнеру [16]. В предыдущих исследованиях социальных сетей Шмидт Д.А. было выяснено также, что большинство визуальных сообщений на тему отношений между мужчиной и женщиной в социальной сети ВКонтакте (51 %) показывают взаимоотношения между мужчинами и женщинами вне контекста будущего брака как способ испытать радость, удовлетворенность, получить поддержку [16, с. 785]. Исходя из данных исследований можно предположить, что социальные сети закладывают паттерны сменяемости партнеров и установки на сексуальную совместимость, которые не выражены у респондентов, не вовлеченных в социальные сети.

Говоря о влиянии социальных сетей на процесс выбора брачного партнера, можно рассмотреть также идеализацию брачного партнера в условиях гиперреальности, понятие которой ввел французский социолог Ж. Бодрийяр. Он говорил о том, что основа данной гиперреальности – симуляция, а её единицами являются симулякры, как отдельные феномены, которые не соответствуют реальности [13]. В подтверждение наличия симулякров в социальных медиа можно рассмотреть работу Верпатовой О.Ю. «Идеализация ролевого поведения в пространстве социальных сетей». Методом контент-анализа было проведено прикладное социологическое исследование Instagram-аккаунтов русскоязычных блогеров-матерей. В ходе данного исследования было подтверждено наличие идеального образа многодетной матери среди блогеров, который является симулякром [1]. Таким образом можно говорить о том, что наблюдение за блогерами в социальных медиа также оказывает влияние на формирование социальных представлений о брачном партнере. В процессе выбора брачного партнера человек может установить идеализированные ожидания, что является также индикаторами («завышенные ожидания» и «максимизация») феномена «парадокс выбора». В свою очередь, со-

циальные представления о брачном партнѐре оказывают влияние на выбор брачного партнѐра и степень психологической совместимости [17].

Подводя итог, можно выдвинуть гипотезу о том, что рост количества потенциальных брачных партнеров, а также влияние гиперреальности по Ж.Бодрийяру в условиях развития социальных медиа оказывает влияние на увеличение первого брачного возраста, роста сожителства и длительности добрачного общения, а также ведѐт за собой такие последствия, как измена, развод, рост популярности «серийной моногамии» и «жизнь соло». Данная гипотеза требует подтверждения в последующих социологических исследованиях, а также требует поправки на категориальную основу данной работы.

Литература

1. *Верпатова О.Ю.* Идеализация ролевого поведения в пространстве социальных сетей (на примере анализа образа идеальной матери) // Вестник ТвГТУ. Серия «Науки об обществе и гуманитарные науки». – 2022. – № 4 (23). – С. 54–59.
2. *Ефлова М.Ю., Галиева Э.Р.* Репродуктивное поведение в современном российском обществе: стратегии институционализации и сценарии реализации // Научный Татарстан. – 2018. – № 4. – С. 5–19.
3. *Иванникова А.М., Приступа Е.Н.* Индивидуальные стратегии поиска потенциального брачного партнѐра / Актуальные вопросы психологического состояния общества как фактора общего благополучия: сборник материалов II Межрегиональной научно-практической конференции (Дербент, 22 ноября 2021 г.). – С. 335–339.
4. *Коблева З.Х.* Незарегистрированное сожителство как модель брачной стратегии современной молодежи // Ежеквартальный рецензируемый, реферируемый научный журнал «Вестник АГУ». – 2022. – № 3 (304). – С. 67–74.
5. *Кондрашова Н.П., Тимофеева П.Э.* Проблема гражданского брака // Студенческий научный поиск – науке и образованию XXI века: материалы XI-й Международной студенческой научно-практической конференции (Курск, 10–11 декабря 2019 г.). – С. 83–85.
6. *Купенко В.Г.* Парадокс выбора на примере сайта знакомств // Российский научный журнал «Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований». – 2022. – № 3 (7). – С. 161–167.
7. *Муталимова А.М., Даудова Д.М., Алиева Г.М.* Формирование психологической готовности молодежи к семейной жизни // Мир науки, культуры и образования. – 2022. – № 6. – С. 132–135.
8. Официальный сайт «Statistics & Data». – URL: <https://statisticsanddata.org/data/most-popular-dating-sites-2012-2022/> (дата обращения: 30.04.2023).
9. Официальный сайт «WebCanape». – URL: <https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2023-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения: 30.04.2023).
10. *Погорельская Е.С., Столбецова Д.В., Гончаренко О.Н.* Интернет-знакомства в выборе брачного партнѐра / Достижения молодежной науки для агропромышленного комплекса: сборник материалов LVI научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых (Тюмень, 14–18 марта), 2022. – С. 1147–1155.
11. *Полякова О.О.* Место сайтов знакомств в добрачном поведении населения // Научный диалог: вопросы философии, социологии, истории, политологии: сборник научных трудов по материалам XXIII международной конференции (Санкт-Петербург, 2022). – С. 11–13.
12. *Тырнова Н.А., Миронова Ю.Г.* Интернет-знакомства как форма брачного выбора современной молодежи: социологический анализ // Социология. – 2017. – № 4. – С. 32–35.
13. *Чистяков Д.И.* Виртуализация общества и теория гиперреальности Ж. Бодрийяра в коммуникационном пространстве // Философия права. – 2014. – № 1 (62). – С. 120–122.
14. *Цыпляева А.В., Бозаджиев В.Л.* Длительность предбрачного знакомства и удовлетворенность браком // Научный журнал «Студенческий форум». – 2022. – № 7 (186). – С. 15–19.
15. *Шварц Б.* Парадокс выбора: как принимать решения, о которых мы не будем жалеть. – М.: Эксмо, 2023. – 320 с.

16. Шмидт Д.А. Особенности поведения пользователей в социальных сетях как фактор формирования социальных представлений о брачном партнёре // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2020. – № 22 (3). – С. 778–788.
17. Юнель С.А., Балюкова И.Б., Сушко А.С. Личностные особенности студентов, детерминирующие выбор брачного партнёра // Мир науки. Педагогика и психология. – 2020. – № 2. – С. 1–9.

ОТНОШЕНИЕ КАЗАНСКИХ СТУДЕНТОВ К «ИНФАНТИЛЬНЫМ» ПРАКТИКАМ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ МАССОВОГО ОПРОСА)

Литвинова Алёна Владимировна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Одна из важных особенностей современного общества – это ускорение большинства социальных процессов, в результате чего появляются новые социальные практики и могут формироваться новые ценности и мнения о важных сферах жизни. В настоящее время молодые люди сталкиваются с множеством выборов и возможностей в своей жизни, которые могут влиять на их отношение к различным жизненным практикам и ценностям. Изучение отношения казанских студентов к различным жизненным практикам и их ценностям может помочь понять, как молодежь оценивает свою жизнь и что считает важным для себя. В статье рассматриваются такие понятия как «чайлдфри», «ценности», «досуг», «трудоустройство», «социальный инфантилизм». Будут представлены результаты проведенного исследования и их аналитическая интерпретация. В разработку методики входило составление анкеты, проведение пилотажа, внесение коррективов и апробация на репрезентативной выборке ($n = 1183$) студентов от 18 до 27 лет. В данной статье мы предпримем попытку систематизировать полученные данные, путем рассмотрения их сходств, различий, для выявления связей был применен χ^2 . Целью данной статьи является определение ценностей студенческой молодежи, досуга, отношения к чайлдфри, добровольной безработице, проживанию с родителями. Полученные ответы могут в той или иной мере характеризовать социальный инфантилизм и отношение к нему студенческой молодежи.

Ключевые слова: социальный инфантилизм, ценности, досуг, чайлдфри, молодежь, зрелость.

Современная молодежь находится в условиях неопределенности. В связи с этим увеличиваются риски, ответственность, важность принятых решений и сделанного выбора, что усложняет процесс взросления и может откладывать его или распространять социальный инфантилизм. Социальный инфантилизм напрямую связан с нарушением механизмов социализации и выражается в неприятии форм социальной активности и социальных обязательств [1, с. 63]. Он может проявляться в одной или нескольких сферах: политической, экономической, бытовой, семейных отношениях и общих мировоззренческих установках [2, с. 447]. Социальный инфантилизм противопоставляется социальной зрелости. Зрелость часто описывается через такие составляющие как активность, ответственность, независимость, самостоятельность, рефлексия, коммуникация и другие. В пилотажном исследовании, проведенным СЗИУ РАНХиГС в 2021 году ($n = 100$), где опрашивались студенты в возрасте 18–24 лет, были получены следующие результаты: зрелость ассоциируется для опрошенных молодых людей с финансовыми обязательствами, необходимостью планирования и приложения усилий в достижении результатов, устойчивостью по отношению к внешним негативным воздействиям и, одновременно, снижением внешней привлекательности и энергетического потенциала. Для большинства опрошенных «зрелость» не является субъективно привлекательной категорией, декларируется желание подольше «не взрослеть». При этом определяющими, наиболее важными характеристиками «взрослого» молодые люди видят самостоя-

тельность, независимость в суждениях и поступках, а также решительность в отстаивании своей позиции [3, с. 141].

От желания подольше «не взрослеть» и других обстоятельств в социологическом дискурсе появляется феномен отложенного взросления, то есть продление состояния социальной недееспособности [4, с.124]. Он может описываться через задержание создания семьи, не всегда с заведением собственных детей, откладывание начала карьеры, покупки жилья и соответственно затянутым проживанием с родителями и другим. Это в свою очередь может заменяться поисками себя, путешествиями, получением образования, развлечениями и другим.

На феномен отложенного взросления могут влиять внешние факторы, к которым будут относиться социальные институты и протекающие процессы. Экономические условия, затрудняющие переход к независимости, изменение социальных норм, например, откладывание создания семьи может быть связано со сменой приоритетов в пользу личной свободы и саморазвития.

Внутренние факторы также имеют место и могут быть первостепенными – это особенности личности, её социализации, другими словами, конкретная биография. Каждый случай отложенного взросления может быть уникальным и зависеть от индивидуальных обстоятельств человека.

Таким образом, для проведения исследования учитывались особенности феномена. При составлении анкеты использовались возможные сферы его проявления, а именно экономическая, семейная, духовная, социальная. Важно отметить, что вопросы задавались не с позиции принадлежности к тому или иному типу личности, а отношению к различным практикам, ведь говоря о своём отношении, респондент, как правило, это транслирует на самого себя и даже если сам он так не делает, он может это считать допустимым или нет.

Перейдём непосредственно к полученным результатам. Анализ ценностей и проведения досуга выступает базовым для примерного понимания мировоззренческих установок молодёжи. Стремление человека в поиске духовно-нравственных ценностей и идеалов, способствует становлению жизненной позиции молодого человека [5, с. 81]. Вопрос был поставлен следующим образом – Что для Вас наиболее важно на сегодняшний день?

Самыми распространёнными ответами оказались любовь, семья (57 %), самореализация, развитие (43 %), карьера и материальная независимость (35 %). Получив такие результаты, можно говорить о том, что студенческая молодёжь не обесценивает семейные ценности и, как правило, осознает важность самореализации в тех или иных сферах. В то же время, карьера и материальная независимость были названы меньшим числом людей. Эти результаты могут отражать сдвиг в социально-культурных ценностях, в которых личное благополучие и саморазвитие получают все большее значение по сравнению с материальными достижениями и карьерой.

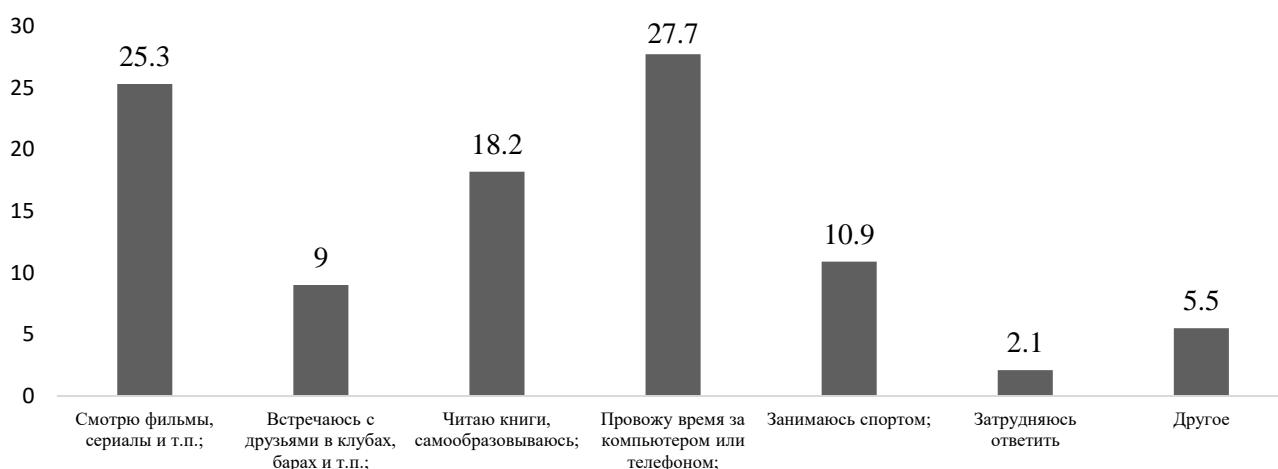


Рис. 1. Одномерное распределение ответов на вопрос: «Как вы чаще проводите своё свободное время?», в %

Досуг рассматривается с целью выявления его направленности на те или иные сферы жизнедеятельности, его активности или пассивности. Наиболее часто встречаемые способы проведения свободного времени были просмотр фильмов, сериалов (25 %) и проведение времени за компьютером или телефоном (28 %). Полное распределение ответов можно увидеть на рис. 1.

Такой досуг можно назвать скорее пассивным времяпрепровождением, что актуально в современности, важно сделать оговорку о том, что, например, проведение времени за компьютером или телефоном не всегда пассивное, так как сейчас есть большое количество онлайн занятий или курсов, также это может быть общение с друзьями в виртуальном мире. Допустимо предположить, что процент тех респондентов, которые проводят время за гаджетами с повышенной пользой, выбрали вариант – читаю книги, самообразовываюсь, так как подобные онлайн курсы тоже будут относиться к самообразованию. Наименее распространенным ответом был вариант – встречаюсь с друзьями в клубах, барах и т. п. (9 %). Это может означать, что студенты не всегда ставят на первое развлечение такого вида в силу разных причин: ограниченности свободного времени, ведь некоторые студенты совмещают работу с учёбой, а неработающие иногда посвящают много времени обучению для получения хороших результатов, также денежный вопрос, так как такое развлечение, в отличие от домашнего просмотра фильма или игры в компьютер будет платным.

Кроме одномерных распределений, также проводились двумерные по гендеру, возрасту, образованию, материальному положению, с помощью пакета SPSS. Критерий χ^2 определял отсутствие или наличие взаимосвязей. Для респондентов в возрасте от 18 до 22 лет вторым по популярности досугом был просмотр фильмов, сериалов (28 %), а для возрастной группы 23–27 таким было чтение книг и самообразование (22 %) ($\chi^2 = 18,020$, $p < 0,01$), самым популярным ответом в обеих группах было проведение времени за компьютером или телефоном (29 % в группе 18–22 и 26 % в группе 23–27). Возможно, такие результаты связаны с разным отношением к своему свободному времени и разной осознанностью его траты. Также на досуг влиял уровень образования. Так у имеющих школьное образование и неполное высшее, самым популярным ответом был – провожу время за компьютером или телефоном (33 % и 28 % соответственно). Чаще смотрят фильмы и сериалы в свободное время те, у кого средне-специальное образование (29 %), а вот чтением книг и самообразованием занимаются респонденты с высшим образованием (27 %). Взаимосвязь переменных подтверждена ($\chi^2 = 48,209$, $p < 0,01$).

Далее задавался вопрос о соотношении с себя с фразой: я живу здесь и сейчас, так как иногда это относят к маркерам социальной инфантильности [6]. Полученные результаты позволили сделать вывод, что устоявшейся точки зрения по этому вопросу нет, в силу его неоднозначности (рис. 2), 46 % опрошенных выбрали вариант «И да, и нет», 32 % могут сказать о себе, что они живут здесь и сейчас, 15 % планируют свою жизнь. Далее был поиск статистически значимых связей по социально-демографическим признакам.

Была обнаружена связь с полом, возрастом и материальным положением. Доля мужчин среди давших положительный ответ выше (36 %), чем у женщин (29 %), но и женщины (53 %), и мужчины (40 %) показывают неоднозначность своего мнения ($\chi^2 = 20,514$, $p < 0,01$). Относительно возраста, жизнь здесь и сейчас более привлекательна для 23–27 летних респондентов (36 %), чем для 18–22 летних (31 %). Судя по небольшой разнице в ответах, можно предположить, что и 18–22-летние, и 23–27-летние интересуются таким образом жизни, но с разными целями и подходами к нему. Возможно, что более старшие могут иметь больший жизненный опыт, который позволяет им осознаннее относиться к такой жизни, в то время как более молодые склонны к тому, чтобы наслаждаться жизнью и увлекательными моментами. Связь с материальным положением показала, что те, у кого высокое материальное положение (37 %) и низкое (34 %), склонны жить здесь и сейчас. Этот результат вызывает интерес, получается готовы жить настоящим моментом те, кто многое может себе позволить, в том числе и постоянно прятаться от проблем, например, за развлечениями и те, кому денег хватает преимущественно на еду, возможно это связано с тем, что им нечего терять

или с тем, что они не гонятся за глобальными целями и привыкшие к некоторым проблемам, с которыми умеют справляться, но такой довод применителен только для тех, кто не стремится повысить своё материальное положение. Важно отметить, что под «низким материальным положением» здесь понимается нехватка денег на базовые потребности, в том числе на одежду, что является достаточно базовой и важной тратой денег.

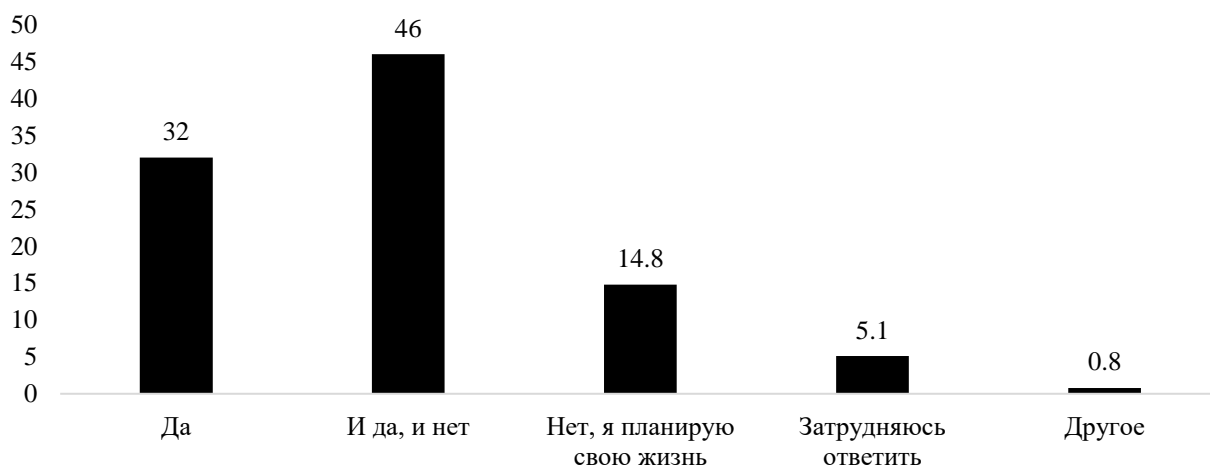


Рис. 2. Одномерное распределение ответов на вопрос: «Можете ли вы сказать о себе Я живу здесь и сейчас?», в %

В семейной сфере исследованию подверглось движение чайлдфри – осознанная бездетность. Принадлежность к чайлдфри рассматривается в контексте неготовности взятия ответственности или невыполнения ролевых моделей отца и матери, что иногда относят к проявлениям социальной инфантильности. По полученным данным, абсолютное большинство опрошенных (60 %) считают, что быть или не быть чайлдфри личное дело каждого, 21 % относится положительно вне зависимости от того причисляют ли они себя к чайлдфри, 15 % отрицательно по разным причинам, оставшиеся ответы распределились по вариантам затрудняюсь ответить и другое. Подобные результаты были указаны в журнале: Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены [7], 49 % опрошенных придерживаются нейтрального мнения по этому вопросу. Относительно движения чайлдфри особенно интересно проверить наличие или отсутствие связи с гендером, так как мать и отец – социальные роли, на них накладываются ожидания, стереотипы, требования и различные критерии, которые одобряются или нет конкретным индивидом.

Так, связь с гендером была найдена, и доля женщин, относящихся к чайлдфри положительно или нейтрально выше, чем мужчин ($\chi^2 = 63,044$, $p < 0,01$), распределение ответов видно на рис. 3.

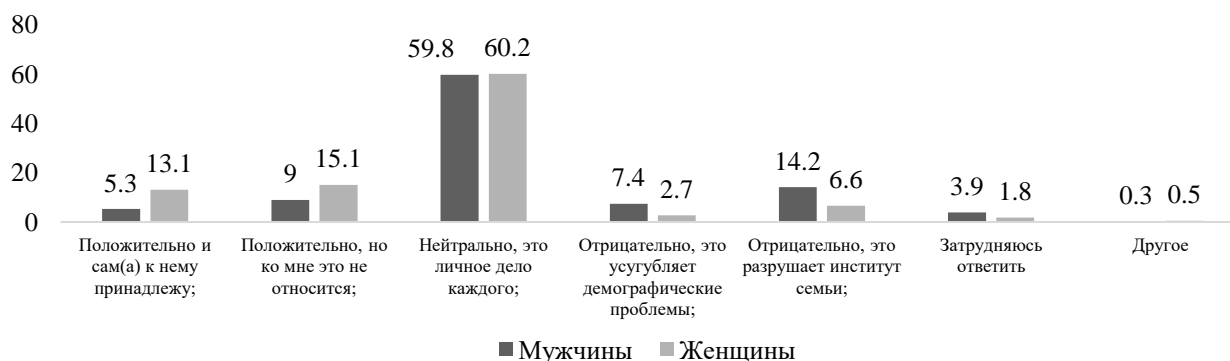


Рис. 3. Двухмерное распределение ответов на вопрос: «Как вы относитесь к движению чайлдфри (осознанная бездетность, нежелание иметь детей)?» с переменной пола, в %

Кроме связи с гендером, имеется связь с материальным доходом, так доля респондентов, выбравших отрицательное отношение к чайлдфри выше среди опрошенных с высоким материальным положением (23 %), положительно к нему относятся респонденты с низким и средним материальным положением (39 % и 23 % соответственно), нейтралитета в большей степени придерживаются респонденты со средним достатком – 61 %.

На эту тему и ранее проводились исследования, аналитический центр НАФИ в 2020 году получил следующие данные [8]: 46 % россиян молодого и среднего возраста (18–45 лет) не желают иметь детей, среди них больше женщин (51 % против 41 %). Основной причиной для этого является сложное финансовое положение (24 %). Исходя из этого предполагается, что для респондентов с высоким уровнем достатка преграды в виде низкого материального положения нет, однако это не отменяет наличие других причин, в том числе желания пожить для себя. Результаты НАФИ имеют некоторые схожести с проведенным массовым опросом, таким образом дополняя и подтверждая их. Связи с возрастом и образованием найдено не было.

Следующей темой для анализа была жизнь отдельно от родителей. Она может рассматриваться в контексте отложенного взросления, так как способна транслировать самостоятельность или материальную независимость, которые могут говорить о зрелости, а при обратной ситуации об отложенном взрослении или социальной инфантильности. Ответы представлены на рис. 4.

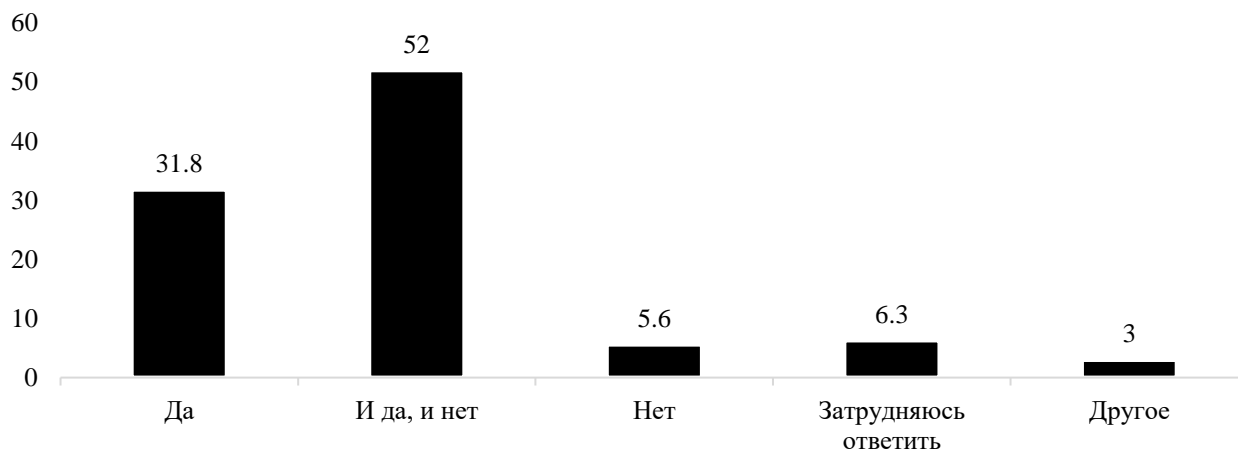


Рис. 4. Одномерное распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, нужно ли после 18 лет начинать жить отдельно от родителей?», в %

Здесь прослеживается та же тенденция, что с вопросом про жизнь здесь и сейчас, а именно отсутствие в уверенности однозначного ответа и, следовательно, сложности, многогранности вопроса. Больше половины (52 %) выбрали ответ и да, и нет, который иначе можно интерпретировать как с одной стороны да, а с другой стороны нет. Так происходит, потому что жизненные сценарии различны, нельзя сказать наверняка так должно быть или нет. 32 % опрошенных считают, что нужно после 18 съезжать от родителей, а 6 %, что нет, то есть среди давших конкретный ответ преимущество у отдельного проживания. Также важно, что взаимосвязей с другими переменными обнаружено не было, то есть мнение не различается в зависимости от гендера, возраста, образования и материального состояния. В данном вопросе играют роль и культурные особенности, в некоторых странах долгое проживание с родителями не означает отложенное взросление, а связано с другими обстоятельствами. Также важны экономические факторы, личностные характеристики, элементы воспитания и многое другое. Опираясь на результаты, сложившегося мнения получить не удалось, нужны дополнительные вопросы, это касается и образа жизни здесь и сейчас.

Последним для анализа было выявление отношения к людям, не желающим работать. 46 % опрошенных считают это некоторое время допустимым, 31 % нормальным и выбором

человека, а недопустимым 12 % опрошенных. В целом студентами это воспринимается скорее лояльно, чем нет, что может быть связано с отсутствием у некоторых из них работы на данный момент. Связь была обнаружена с материальным положением (рис. 5), это наиболее недопустимо для респондентов с высоким материальным положением – 19 %, а считают это нормальным преимущественно респонденты с низким – 36 % ($\chi^2 = 50675$, $p < 0,01$). Относительно связи с гендером выяснилось, что женщины более лояльны к неработающим – 36 % считают это нормальным, 47 % допустимым некоторое время, недопустимым – 9 %. Мужчин, считающих это недопустимым – 16 % ($\chi^2 = 19,930$, $p < 0,01$). Других связей в этом вопросе не было найдено.



Рис. 5. Двухмерное распределение ответов на вопрос: «Выберите из предложенных вариантов ответ, который лучше описывает Ваше отношение к людям, не желающим работать» по переменной материального положения, в %

Подводя итог проведенного исследования, можно сказать о том, что отношение студенческой молодёжи к различным социальным практикам или моделям поведения в основном достаточно толерантно, ими допускаются разные модели. Радикальные или кардинальные точки зрения, как правило, нечасты, то есть, предположительно, могут существовать обстоятельства, при которых мнение способно варьироваться.

Описать зрелость или незрелость такой молодёжи по полученным данным представляется сложным, так как требуется большой объём вопросов и иная формулировка, однако если придерживаться мнения, что, отвечая, респондент примеряет роль на себя, такая возможность открывается, но не в полной мере. Кроме того, сложно однозначно по одной или нескольким характеристикам определить отложенное взросление или социальный инфантилизм, в силу сложности феномена. Не менее сложным представляется сказать является ли отложенное взросление проблемой для общества или индивидов, поскольку кроме негативных последствий могут быть и позитивные – высокий уровень образования, наиболее осознанный выбор партнера/партнерши, больше времени уходит на самопознание и развитие личности. Напрашивается вопрос – жить для себя, строить жизненный сценарий в первую очередь для самого себя, а не для окружающих тоже будет отложенным взрослением в глазах окружающих или это осознанный зрелый шаг личности и переход в новые реалии? Является ли наличие работы маркером зрелости, а её отсутствие инфантильностью? Для этого требуется наиболее глубокий анализ социального инфантилизма и отложенного взросления, в том числе и проведение дополнительных исследований с использованием разных методов.

Литература

1. Демиденко А.С. Социальная инфантильность городской молодёжи: сферы проявления // *Caucasian Science Bridge*. – 2020. – № 3 (9). – С. 62–70.
2. Пузанова Ж.В., Ларина Т.И., Тертышников А.Г. Инфантилизация молодёжи: методологический подход к измерению // *Вестник РУДН. Серия: Социология*. – 2021. – № 3. – С. 444–456.
3. Огарева Е.И., Лик Н.В., Сероштанов Д.И. Трансформация взрослости в эпоху цифровизации // *Управленческое консультирование*. – 2021. – № 12 (156). – С. 138–144.
4. Лобанова Н.И., Логунова Л.В. Феномен «отложенного взросления» в контексте системы обязательного общего образования: социально-философский анализ // *Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке*. – 2022. – Том 11. – № 2. – С. 122–129.
5. Зубок Ю.А., Чупров В.И., Любутов А.С., Сорокин О.В. Жизненные позиции молодёжи: смысловые основания формирования // *Вестник Института социологии*. – 2021. – № 3. – С. 79–98.
6. Лишаев С.А. От детства к зрелости (феномен пролонгации молодости и современность) // *Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Философия. Филология*. – 2016. – № 2 (20). – С. 110–132.
7. Почти половина россиян оказалась чайлдфри – Росбалт. – URL: <https://www.rosbalt.ru/russia/2020/10/01/1866004.html> (дата обращения: 10.04.2023).
8. Вильданова С.М., Граничная А.А, Мингалиева А.Р., Салыхиева Л.М. Тенденции распространения ценностей чайлдфри в России и их влияние на кризис института семьи // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. – 2017. – № 3 (139). – С. 192–205.
9. Ефлова М.Ю., Минзарипов Р.Г. Концептуализация феномена социального исключения в социологических теориях // *Казанский социально-гуманитарный вестник*. – 2017. – № 3 (26). – С. 30–34.

СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЦИФРОВЫХ ПОКОЛЕНИЙ: ФАКТОРЫ, УСЛОВИЯ, РИСКИ

Максимова Ольга Александровна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Анализируются особенности формирования новых поколений, чья социализация проходит в условиях становления информационного общества. На основе материалов западных авторов, а также результатов собственного исследования, автор обосновывает тезис о том, что коммуникативные сети и цифровые технологии выступают в качестве источника формирования цифрового барьера между старшими поколениями и социализирующейся молодёжью, которая характеризуется как «цифровое» поколение.

Ключевые слова: информационное общество, «цифровое» поколение, цифровой барьер, социальные сети, социализация.

Информационное общество представляет собой принципиально новую социокультурную среду, сформировавшуюся в конце XX – начале XXI в. и оказывающую существенное влияние на все сферы жизнедеятельности общества, в том числе – и на процесс социализации новых поколений. Информационное общество характеризуется исследователями как общество, «социальная структура которого выстраивается в связи с информационными сетями и структурированными в Интернете микроэлектронными информационными технологиями» [1, с. 131–132]. С этой точки зрения Интернет рассматривается не просто как технология, а как абсолютно новое для человеческой истории коммуникативное средство, особым образом трансформирующее социальную структуру.

В условиях информационного общества виртуальная реальность стала привычной средой формирования идентичности детей с самого раннего возраста. Поколения, чья активная социализация проходит в условиях цифрового пространства как социальной среды, обусловленной повсеместным распространением цифровых технологий, характеризуются разными авторами как «цифровое поколение», «поколение сети», «цифровые аборигены» [2, с. 134]. Согласно характеристике, данной М. Пренски, цифровые аборигены (digital native) – это люди, которые родились во время цифровой революции и, тем самым, уже с самого своего рождения находятся под воздействием цифровых технологий [3].

Используя в модифицированном виде типологию поколений, предложенную Н. Хоувом и У. Штраусом [4], новые цифровые поколения – это поколение Миллениума или поколение Y, рожденное в период 1982–2004 гг., и поколение Z, рожденное после 2005 года. Именно представители этих поколений, на наш взгляд, могут быть охарактеризованы как «цифровые аборигены», поскольку их социализация проходит под воздействием цифровой среды. Но если поколение Y в российских условиях начало осваивать цифровые технологии в подростковом возрасте (с 1990-х гг.), то поколение Z, согласно точной характеристике, данной Дж. Тапскоттом и Э. Уильямсом, «с самого рождения купается в битах» [5, с. 72].

Социализация молодых поколений в условиях информационного общества осуществляется под воздействием опыта общения в виртуальной среде, которого не было у старших поколений, что может рассматриваться в качестве условной границы, отделяющей одно поколение от другого. Согласно результатам наших исследований, в настоящее время сформировался «цифровой барьер» (digital divide) между детьми, подростками, молодежью и старшими поколениями. Применительно к поколенческому анализу цифровой барьер характеризуется отсутствием/недостаточностью навыков работы в цифровой среде у старшего поколения, что, в свою очередь, усугубляет межпоколенческий разрыв. Как отмечают Дж. Пэлфри и К. Гассер, «у родителей, педагогов, психологов есть обоснованные причины для беспокойства по поводу цифровой среды, в которой молодые люди проводят так много времени» [6, с. 15].

С другой стороны, следует отметить, что в условиях информационного общества, подвергается сомнению сам принцип социализации как процесса традиционной трансляции ценностей и знаний от старших поколений младшим, поскольку в определенных ситуациях он трансформируется в свою полную противоположность. Согласно данным глубинных интервью, проведенных автором с представителями различных поколений, тот факт, что младшие члены семьи обладают лучшими навыками работы с цифровой техникой, обуславливает тот факт, что зачастую младшие члены семьи становятся субъектом, обучающим более старших представителей навыкам работы с цифровой техникой. Таким образом, цифровая среда может играть в повседневном взаимодействии поколений не только роль цифрового барьера, но и, напротив, выступать в качестве канала коммуникации. Однако данный процесс имеет и негативные стороны, так как утрачивается авторитет старшего поколения, которое воспринимается младшими как «непродвинутое», «неграмотное» и, следовательно, не способное научить чему-либо. Так, в нарративных эссе студентов вузов, написанных на тему взаимоотношений между поколениями, встречались следующие высказывания:

«Я и моя семья совсем неплохо освоили цифровые технологии. С телевизором, нет никаких проблем, с сотовым и компьютером тоже, но если сравнить быстродействие, то конечно родители все медленнее делают, чем мы с сестрой. У бабушки с дедушкой поначалу были большие трудности с освоением новой техники, пришлось приложить много усилий, чтобы научить их. В принципе, когда им покажешь, как работает, они запоминают, но если что-то сломается, то ждут, меня, чтобы починил и всегда там какая-то мелочь, и это так бесит иногда» (муж., 19 лет).

«Для моей бабушки было сложно справляться с сотовым телефоном, чтобы она ответила на звонок, мне приходилось на листочке рисовать схему и указывать, на какую кнопку нажимать. С компьютером она вообще не «дружит». Мама и папа более продвинуты в этом плане, они могут легко искать информацию в интернете, играть в различные игрушки, сидеть в социальных сетях. У папы, правда, возникают иногда некоторые трудности, и он звонит

мне, я пытаюсь максимально развернуто подсказать ему что сделать, но когда он не понимает или говорит, что ничего такого нет, я начинаю раздражаться и объясняю еще детальнее» (муж., 21 год).

«Постоянно ругаю родителей за то, что они «тыкают» в планшетник, когда можно просто касаться» (муж., 19 лет).

В подобной ситуации утраты родительского авторитета, социализационной средой все в большей степени становится виртуальная среда и, в первую очередь, социальные сети и виртуальные сообщества. А такое воздействие может иметь как позитивное, так и негативное воздействие.

Цифровая реальность сформировала принципиально новые условия социальной идентификации, самовыражения и стиля жизни молодежи, имеющие двойственный характер. С одной стороны, она принципиально изменила соотношение приватной и публичной сфер жизни человека, что, в свою очередь, привело к формированию новых путей идентификации личности: наблюдается возрастающая степень индивидуализации, концентрации молодого человека на собственном стиле жизни. С другой стороны, общаясь в виртуальной реальности, молодежь получила возможность формировать в частной сфере свой индивидуальный стиль, который во многом предопределен вкусами и стилями извне. Как отмечает О. Порошенко, «тяга современного человека к новой символической виртуальной реальности объясняется в первую очередь желанием избежать одиночества, подстерегающего индивида в реальном мире. Осознав и приняв его самые очевидные формы – уединение и изолированность, согласившись в одиночку сидеть у монитора компьютера, наш современник выбирает виртуальное пространство как возможность в широком социальном поле найти своего «близкого». Отказ от реальных коммуникаций в пользу виртуального общения дает возможность индивиду стать Субъектом конструирования своего «проекта», создать клон своей индивидуальности и быть полноценным автором любых действий, желаний и переживаний этого клона (новой идентичности)» [7, с. 100]. Отметим, что в наибольшей степени описанная тенденция характерна именно для молодых поколений.

Старшие же поколения в условиях повсеместного распространения цифровой реальности оказываются не в состоянии контролировать действия собственных детей в виртуальном пространстве как в силу индивидуализированности Интернет-практик подростков и молодежи, так и по причине недостаточной цифровой компетентности старших поколений. Родители фактически оказались не готовыми к тому, чтобы воздействовать тем или иным образом на активность своих детей в виртуальном пространстве. Имеющаяся тенденция подмены социализирующего воздействия семьи цифровым воздействием в дальнейшей перспективе может привести к негативным последствиям и нуждается, на наш взгляд, в активизации поиска возможных путей решения.

Благодарность. Публикация подготовлена за счет средств субсидии, выделенной Казанскому федеральному университету для выполнения проекта № FZSM-2023-0022 «Цифровая социализация и цифровая компетентность молодежи в условиях глобальных системных изменений: технологии регулирования, риски, сценарии» в рамках государственного задания.

Литература

1. *Бехманн Г.* Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний / пер. с нем. А.Ю. Антоновского и др. – М.: Логос, 2012. – 248 с.
2. *Ахметшина А.А., Беляев В.А., Максимова О.А.* Воздействие информационных технологий на преемственность и конфликт между реальными и условными поколениями // Вестник экономики, права и социологии. – 2018. – № 3. – С. 134–139.
3. *Prensky M.* Digital natives, digital immigrants // On the horizon. NCB University press. – 2001. – Volume 9. – Issue 5. – P. 1–6.
4. *Howe N., Strauss W.* Generations: the history of America's future, 1584 to 2069. – New York: William morrow & company, 1991. – 538 p.

5. *Танскотт Дж., Уильямс Э.* Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все. – М.: Best Business Books, 2009. – 459 с.
6. *Пэлфри Дж., Гассер У.* Дети цифровой эры. – М. Эксмо, 2011. – 368 с.
7. *Порошенко О.Ю.* Оптимистическая трагедия одиночества. – СПб.: Алетейя, 2015. – 216 с.

ОТНОШЕНИЕ КАЗАНСКИХ СТУДЕНТОВ К ПРОБЛЕМЕ БЕЗОПАСНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ (ПО МАТЕРИАЛАМ МАССОВОГО ОПРОСА)

Михайлова Анастасия Владимировна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Современность характеризуется резким увеличением количества проблем, напрямую связанных с обеспечением безопасности личности, особенно в молодежной среде. Ранее вооруженные нападения на учебные заведения представляли собой скорее исключения, которые происходили на территории США или, реже, Европы. Однако сегодня ситуация изменилась, и подобные инциденты случаются повсеместно, в России в том числе. Статья отражает результаты исследования восприятия студенческой молодежью проблемы системы безопасности в образовательном пространстве, которые основываются на данных массового опроса. Таким образом был определен уровень осведомленности респондентов по изучаемой проблеме, их удовлетворенность этой системой, а также степень обеспокоенности среди студентов.

Ключевые слова: безопасность личности; образовательные учреждения; проблема вооруженных нападений; студенческая молодежь; восприятие; Казань.

В настоящее время вокруг нас происходят различные инциденты, связанные с нарушением безопасности личности, которые могут оказать значительное влияние на жизнь и здоровье молодых людей. Это, в свою очередь, привело к актуализации в образовательной среде проблемы обеспечения безопасности студентов. Скулшутинг (англ. «school shooting» или «школьная стрельба») [1, с. 87] вызывает серьезную обеспокоенность среди участников образовательного процесса, широкой общественности и властей, предпринимающих различные меры для предотвращения подобных случаев. Большинство современных ученых считает данный феномен радикальным субкультурным течением – одной из крайних форм проявления деструктивного поведения среди подростков и молодежи из числа учащихся образовательных заведений [4, с. 63]. Во многих работах внимание акцентируется на психологических и юридических аспектах таких преступлений [3, с. 86–97]. Непосредственно в социологии авторы часто исследуют роль масс-медиа в популяризации скулшутинга, специфику онлайн-среды скулшутеров и т.п. [2, с. 93–108].

Тем не менее, на наш взгляд, в настоящее время в социологии все чаще возникают дискуссии по соотношению свободы и системы контроля и безопасности в учебных заведениях. Вопрос касается того, насколько, с одной стороны, уже имеющиеся или только внедряемые методы обеспечения безопасности студентов ограничивают свободы личности, особенно в ссузах и вузах, где должны осуществляться академические свободы, свободы передвижения и т. п., способствующие креативности и любознательности молодежи. А с другой стороны, насколько они в действительности обеспечивают безопасность и вызывают чувство защищенности и спокойствия за свою жизнь и здоровье.

Эмпирические данные, приведенные в статье, являются частью количественного этапа социологического исследования. Он посвящен изучению и анализу общественного мнения студентов Казани как субъективного контекста проблемы физической безопасности молодежи в образовательном пространстве. Этап был осуществлен благодаря методу массового опроса с ориентацией на официальные статистические источники Росстата и Татстата. Отбор

респондентов реализовывался по квотной выборке с контролем пола и образования, так как еще до начала исследования нам были известны статистические данные о контрольных признаках элементов генеральной совокупности. Это позволило построить выборочную совокупность, воссоздав важнейшие пропорции генеральной совокупности. Выборка включала в себя 1135 человек. Здесь бралась только студенческая молодежь и их мнения, изучались данные распределения.

Прежде всего респондентам предложили оценить общую степень осведомленности казанской молодежи относительно осуществляемой в учебных заведениях города техники безопасности и существующих правил поведения при возникновении угрозы вооруженного нападения на учреждение. Большинство анкетированных вне зависимости от пола выбирало такие варианты ответа, как «в целом, хорошо» (42 %) и «недостаточно хорошо» (более 34 %). Очень хорошую (8,5 %) и очень плохую степень осведомленности (9,3 %) отмечали реже всего. Проведя сопряжение с половым признаком, была выявлена взаимосвязь с полом студентов. Подтвердилась гипотеза о влиянии гендера на степень обеспокоенности опрашиваемых.

Таким образом, доля женщин, констатирующих недостаточно хорошую или даже очень плохую осведомленность молодежи по изучаемому вопросу, существенно выше (около 49 %), нежели доля мужчин с таким же мнением (38,7 %) ($\chi^2 = 12,916$ при $p < 0,012$). Возможно, дело в том, что в обществе существует культура маскулинности. Еще с детства она требует от мальчиков особого спокойствия и сдержанности, которые граничат с самоуверенностью в отношении разнообразных рисков и опасностей. К подобному заключению наталкивают результаты следующего вопроса, касающегося личной информированности о технике безопасности и правилах поведения участников учебного процесса при возникновении вышеописанной угрозы. Доля мужчин, кто отметил свою самооценку наилучшей, на порядок выше, чем среди женщин (рис. 1). Говоря о девушках, хотелось бы сделать акцент на заметно высокой доле среди них «плохих» самооценок.

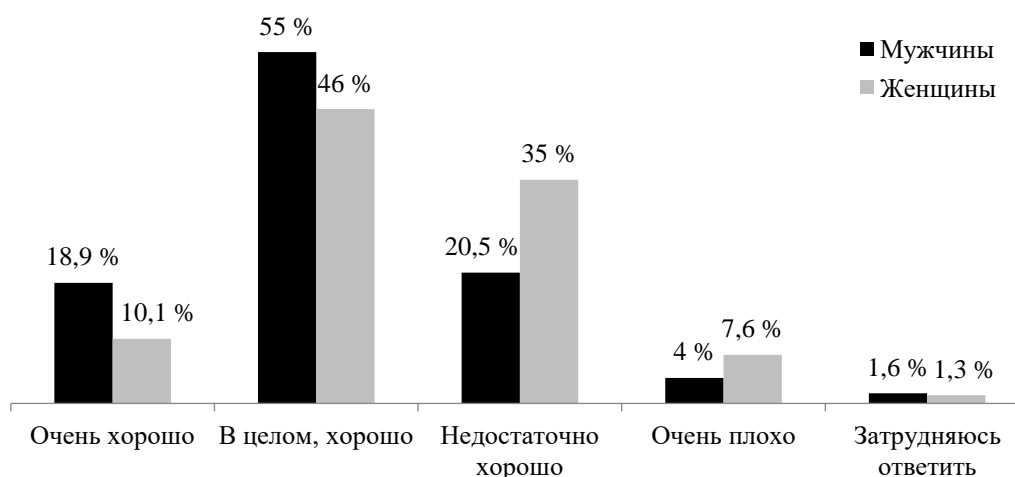


Рис. 1. Двухмерное распределение ответов на вопрос «Оцените свою личную информированность о технике безопасности и правилах поведения в случае вооруженного нападения на учебное заведение» по полу

Далее респондентов попросили оценить по 5-балльной шкале систему безопасности образовательного учреждения, в котором они учатся. Чаще всего казанские студенты склонялись к 3 (около 33 %) или 4 (более 28 %) баллам, что говорит о средней оценке уровня обеспечения безопасности данных заведений. Наивысший балл поставило только 17,7 % опрошенных, но необходимо отметить, что это выше, чем процент за самый низкий балл (7,9 %). Здесь тоже удалось выявить взаимосвязь при сопряжении переменных по половому признаку. Исходя из рисунка 2, доля женщин, утверждающих, что степень безопасности в их учре-

ждении находится не на должном уровне, выше доли мужчин ($\chi^2 = 14,304$ при $p < 0,006$). В связи с этим, полученный эмпирический материал вновь свидетельствует о более оптимистичных взглядах и самооценках именно у обучающихся юношей и молодых мужчин.

В вопросе об уровне тревожности и степени обеспокоенности за свою жизнь и здоровье или за жизнь и здоровье своих родственников, друзей и знакомых была обнаружена схожая связь переменных. Почти 39 % мужчин вообще не испытывает какого-либо страха по отношению к возможным вооруженным нападениям на учебные заведения Казани ($\chi^2 = 102,450$ при $p < 0,001$). Всего лишь 15,8 % женщин ответили подобным образом. Следовательно, студенты женского пола подвержены чувству страха и тревожности сильнее. Зачастую многие исследователи связывают это с традиционными сценариями проявления феминности в обществе. В данном контексте женщину всегда представляют незащищенным, слабым и хрупким созданием. Она может открыто, без особого общественного осуждения демонстрировать окружающим свои переживания, быть эмоциональной, недоверчивой или мнительной. От мужчин же традиционная модель маскулинности, наоборот, требует быть в любой ситуации спокойными, мужественными и стойкими, соблюдать безэмоциональность и хладнокровие.

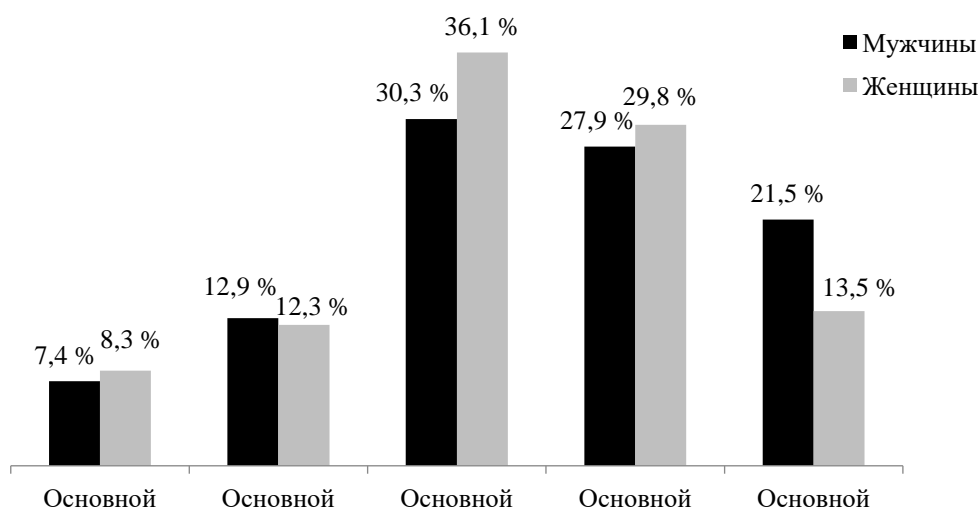


Рис. 2. Двухмерное распределение ответов на вопрос «Оцените, пожалуйста, по 5-балльной шкале обеспечение безопасности студентов Вашего учебного заведения (заведения, в котором Вы учились), где 1 – это низкая безопасность, а 5 – высокая безопасность» по полу

Интересный результат был получен в связи с выбором более оптимистичных оценок общей осведомленности относительно осуществляемой в учебных заведениях города техники безопасности и существующих правил поведения при возникновении угрозы вооруженного нападения представителями молодежи с высоким уровнем материального положения ($\chi^2 = 64,729$ при $p < 0,001$). Финансово благополучная молодежь Казани чаще констатировала высокую степень общей осведомленности – 60,5 % (рис. 3). Возможно, такая ситуация связана с отсутствием денежных проблем в их семье, более благополучной обстановкой и атмосферой, более частым удовлетворением всех возникающих потребностей и желаний. Т. е. молодые люди с более лучшим материальным положением склонны оценивать сложившуюся ситуацию в обществе оптимистичнее других категорий людей.

Связь была выявлена также с признаком уровня образования. По рисунку 4 видно, что среди обучающихся студентов со средне-специальным образованием положительную оценку осведомленности казанской молодежи в целом дает большее количество человек, чем в остальных группах – более 73 % ($\chi^2 = 54,677$ при $p < 0,001$). Можно предположить, что

особую роль здесь играет определенный статус самого образовательного учреждения. Еще один фактор заключается в количестве студентов в том или ином учебном заведении. Например, в вузе их намного выше, нежели в колледже или техникуме, т.е. там присутствует большой поток людей, за которыми должен осуществляться некий контроль. Это все влияет на продуктивность системы безопасности.



Рис. 3. Двухмерное распределение ответов на вопрос «Как Вы думаете, насколько молодежь Казани осведомлена о технике безопасности и правилах поведения в случае вооруженного нападения на учебное заведение» по уровню материального положения

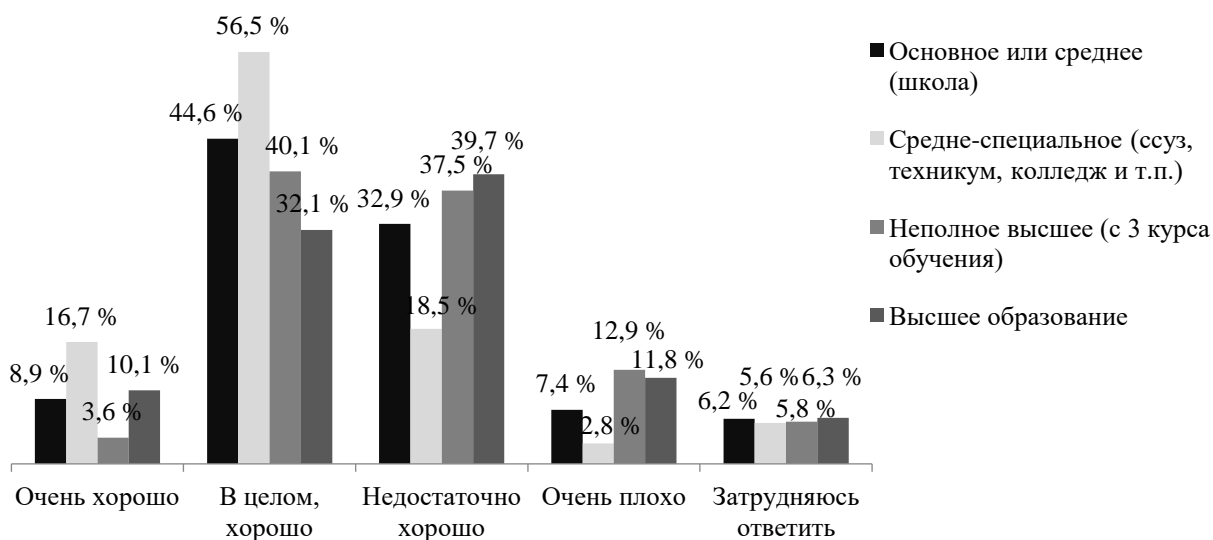


Рис. 4. Двухмерное распределение ответов на вопрос «Как Вы думаете, насколько молодежь Казани осведомлена о технике безопасности и правилах поведения в случае вооруженного нападения на учебное заведение» по уровню образования

Другой ключевой вопрос затронул тему страхов респондентов перед возможными вооруженными нападениями в образовательном пространстве. Рисунок 5 демонстрирует частотное распределение ответов, где наиболее распространенными оказались два варианта – это «редко испытываю» (31,7 %) и «периодически испытываю» (около 30 %). Однако почти 28 % опрошенных вообще не испытывают подобного чувства, и только 6,8 % испытывают его постоянно. Таким образом, более 68 % студентов испытывает разную степень страха в связи с исследуемой проблемой. Полученные данные наглядно показывают уровень тревожности молодежи в обществе в целом.

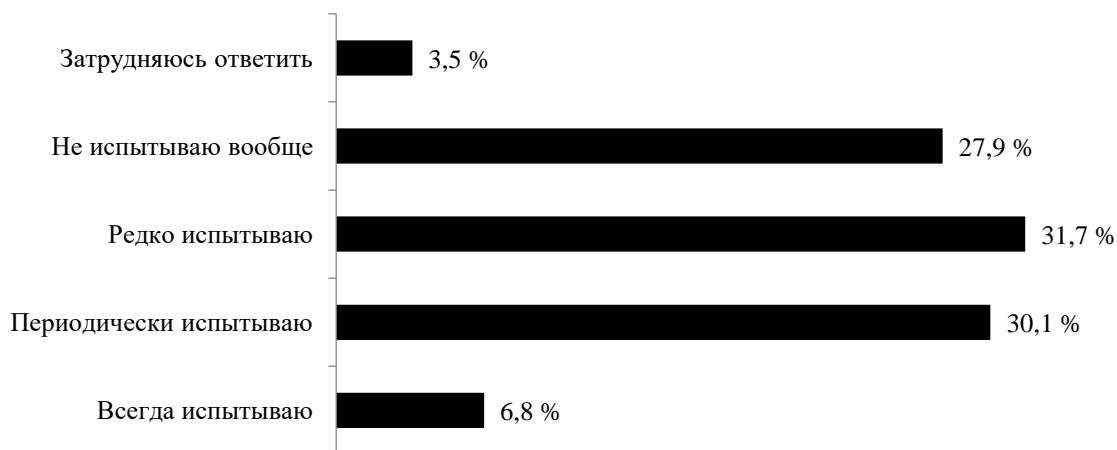


Рис. 5. Частотное распределение ответов на вопрос «Испытываете ли Вы сейчас страх возможных вооруженных нападений на учебные заведения города, в которых учатся Ваши родственники, друзья и знакомые или Вы сами?»

Акты скулшутинга создают реальную угрозу здоровью и жизни людей, приносят страдания и дискомфорт как самой личности, так и социальным группам, разрушают морально-нравственные и культурные ценности общества. В заключении можно сказать, что несмотря на средние оценки системы обеспечения безопасности учебных заведений и осведомленности в данной проблеме, доля студентов, которые все еще испытывают чувство тревожности и различного рода опасения по отношению к физической безопасности образовательного пространства, остается достаточно высокой. Были зафиксированы взаимосвязи с половым признаком, уровнем дохода и образования. Обеспокоенных студентов среди девушек оказалось намного больше, чем среди юношей. Также статистически значимую роль в оценках безопасности играет материальное положение респондента.

Литература

1. *Васильев В.В.* Скулшутинг в образовательных учреждениях: понятие и причины // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2022. – № 3 (11). – С. 87–90.
2. *Карпова А.Ю.* Скулшутинг в России: что имеет значение? // Власть. – 2021. – № 1. – С. 93–108.
3. *Малюшина Ю.А.* Изучение психологического механизма и насильственных преступлений как один из аспектов профилактики скулшутинга // Вестник Московского государственного областного университета. – 2021. – № 3. – С. 86–97.
4. *Никишин В.Д.* Колумбайн: сущность, правовая квалификация, криминалистическая диагностика // Lex russica. – 2021. – Т. 74. – № 11. – С. 62–76.

ПРОБЛЕМА ВЛИЯНИЯ ФАКТОРА УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА СОЦИАЛЬНОЕ САМОЧУВСТВИЕ СТУДЕНТОВ

Пассова Анастасия Алексеевна

Ярославский государственный университет имени П.Г. Демидова, Ярославль, Россия

Аннотация. По мере развития общества, молодежь как социальная общность, находится на стадии маргинализации и испытывает чувство незащищенности в настоящем и неуверенности в будущем, теряет социальные ориентиры и духовные ценности. В данной работе рассматривается влияние учебной деятельности, как одной из ведущих видов деятельности студентов, на социальное самочувствие молодежи как обобщенной эмоционально-оценочной реакции на социальные изменения и свое положение в трансформирующемся обществе. В целом уровень социального самочувствия по компонентам учебной деятельности высокий, что объясняет наличие связи между социальным самочувствием и учебной деятельностью, но положительная связь или отрицательная сложно оценить.

Ключевые слова: социальное самочувствие, учебная деятельность, студенческая молодежь, социальная фрустрированность.

Понятие социального самочувствия вошло в научный оборот в первой половине XIX в и с этого времени широко используется российскими и зарубежными учеными, такие как Головаха Е.И. и Панина Н.В. [1, с. 45–71], Осинский И.И. и Бутуева З. А. [2, с. 38–45] и другие.

В 1960-е и последующие годы проблематикой социального самочувствия, занимаются Тощенко Ж.Т. и Харченко С.В. [3, с. 95] и многие другие. Они пытаются понять сущность социального самочувствия, его природу, какие факторы влияют на него и каковы мотивы различных социальных групп.

В 1990-е гг. интерес к изучению социального самочувствия вырос в связи с ухудшением социального положения населения: потерей работы, сбережений и т. п. Изучением этой проблемы занимались Беляева Л.А. [4, с. 33–42], которая говорила о социальном самочувствии населения как об одном из компонентов качества жизни, куда входят индекс уверенности в будущем, индекс удовлетворенности жизнью и индекс самостоятельности; Симонович Н.Е. [5, с. 37] говорил, что нужно использовать такие показатели, которые включают в себя социальную активность, материальное положение, самореализацию, здоровье, идентификацию, социальную комфортность, эмоционально-чувственную сферу, индивидуально-личностные особенности.

В настоящее время российские исследовательские компании (ВЦИОМ [6], ФОМ и др.) регулярно проводят мониторинговые исследования социального самочувствия населения. В качестве измерительного инструментария, как правило, используют классификацию по трем направлениям: оценка материального положения семьи на момент исследования; оценка уровня жизни семьи через 1–2 года; уровень адаптированности к происходящим в стране переменам.

Основным понятием является определение Осинского И.И. и Бутуевой З.А. [2], которые трактовали социальное самочувствие как эмоционально-ценностную форму сознания, которая проявляется в результате субъективного переживания людьми своего состояния и изменяется под воздействием внутренней структуры личности, а также окружающей социальной среды.

В феврале–мае 2022 года было проведено авторское социологическое исследование, направленное на выявление влияния учебной деятельности на социальное самочувствие студенческой молодежи. Методом сбора первичной социологической информации являлся анкетный опрос ($n = 120$).

Для сбора, обработки и анализа полученных данных использована методика, в основе которой лежит определение уровня социальной фрустрированности. Она была разработана

в 2004 г. в национальном медицинском исследовательском центре психиатрии и неврологии им. Бехтерева Л. И. Вассерманом, Б.В. Иовлевым и М.А. Беребиным в адаптации А.М. Степанова [7, с. 223].

Социальная фрустрированность рассматривается Степановым А. М. [8, с. 50] как следствие невозможности реализации личностью актуальных социальных потребностей, которые являются индивидуальными и зависят от самосознания (самооценки), жизненных целей, системы ценностей, индивидуальных способностей отдельной личности. При этом человек, оценивая свои достижения по разным социально заданным направлениям общественной структуры, испытывает ту или иную степень удовлетворенности или неудовлетворенности. В то же время он испытывает и фрустрацию, которая возникает не столько от достигнутого им, сколько от мысли, что он мог бы достичь большего.

Респондентами являлись студентов ЯрГУ им. П.Г Демидова в возрасте от 17 до 25 лет, которые обучались на 1–4 курсе бакалавриата и 1–2 курсе магистратуры. В соответствии с методикой, уровень социальной фрустрированности студентов замерялся по следующим показателям: выбор учебного заведения, выбор специальности, в целом учебная деятельность, взаимоотношения с однокурсниками, с друзьями и знакомыми и с родителями, способы проведения досуга, физическое здоровьем, жилищно-бытовые условия, социальное и материальное положением, обстановка в государстве, образ жизни и жизнь в целом по шкале от «полностью удовлетворен» до «полностью не удовлетворен». На основании полученных значений рассчитывался сводный индекс социальной фрустрированности (Qсф), который отражает уровень неудовлетворенности по замеряемым показателям.

Таблица 1

Индексы расчета социальной фрустрированности

Показатели степени неудовлетворенности респондентов:	Коэффициент
выбором учебного заведения	1,736
выбором специальности	1,827
учебной деятельностью	2,245
отношениями с однокурсниками	1,761
отношениями с друзьями, ближайшими знакомыми	1,445
отношениями с родителями	1,63
возможностями проведения досуга	1,745
физическим здоровьем	2,254
жилищно-бытовыми условиями	1,772
материальным положением	2,354
социальным положением	1,8
образом жизни в целом	1,927
в целом обстановкой в обществе (государстве)	3,163
жизнью в целом	1,881
Общий уровень фрустрированности	1,97

Среди опрошенных выявлен высокий уровень социального самочувствия, который по методике соответствует низкому уровню социальной фрустрированности и где средний коэффициент равен 1,97 (табл. 1). По полученным данным можно сделать вывод о том, что большинство студентов в целом удовлетворены выбором учебного заведения, выбором специальности, взаимоотношениями с однокурсниками, с друзьями и знакомыми и с родителями, способами проведения досуга, жилищно-бытовыми условиями, социальным положением, образом жизни и жизнью в целом.



Рис. 1. Частотное распределение уровней социальной фрустрированности по курсам (кол-во чел.)

Анализируя уровень фрустрированности студентов в зависимости от курса обучения и уровня образования (бакалавриата и магистратуры). Коэффициенты социальной фрустрированности в зависимости от курсов (рис. 1) равны 1–2 курс равен 1,91, 3–4 курс равен 2,01, 1–2 курс магистратуры равен 2,01, что относится к низкому уровню фрустрированности. Так же была проверены различия в уровнях социального самочувствия в зависимости от курса обучения. По U-критерию Манна-Уитни сравнивались попарно 1–2 курс с 1–2 курсом магистратуры, 1–2 курс с 3–4 курсом и 3–4 курс с 1–2 курсом магистратуры. Во всех случаях принимаем H_0 о статистической незначимости различий между эмпирическим и теоретическим равномерным распределением, что позволяет сделать вывод о том, что уровень социального самочувствия не зависит от курса обучения.

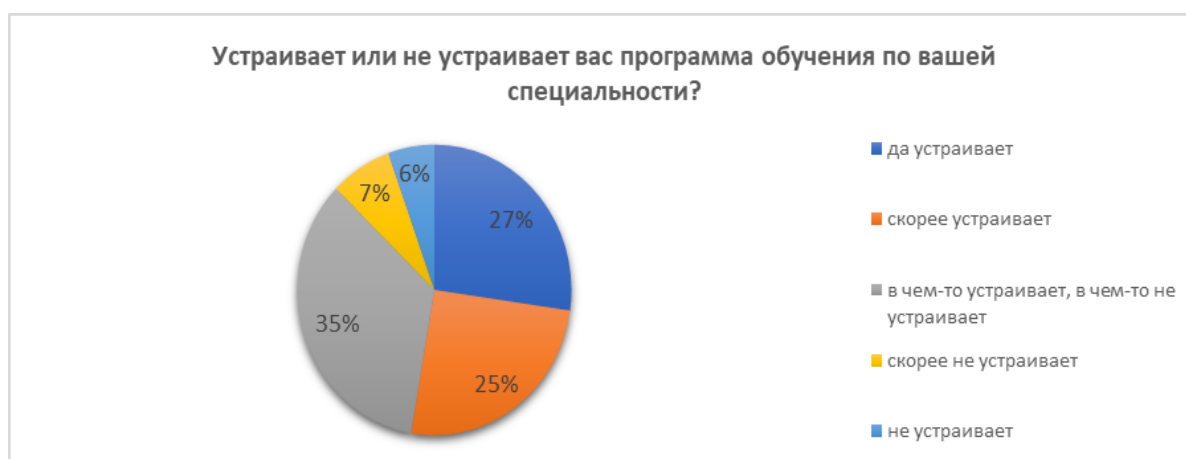


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос устраивает или не устраивает вас программа обучения по вашей специальности (в %)

При ответе на вопрос устраивает ли респондентов их программа обучения (рис. 2), 35 % ответили «в чем-то устраивает, в чем-то не устраивает», 27 % – устраивает, 25 % – скорее устраивает. При сравнении курсов, респондентов с 1-4 курс программа обучения «скорее устраивает», а респондентов 1–2 магистратуры учебная программа «в чем-то устраивает, в чем-то не устраивает». Значение по критерию χ^2 Пирсона равно 36,726, принимаем гипотезу H_1 , о статистически значимых различиях между распределениями.



Рис. 3. Распределение ответов на вопрос что вас мотивирует учиться (%)

Отвечая на вопрос о мотивации учиться (рис. 3), 37 % респондентов отметили «получение новых знаний, умений», 23 % отметили «получение диплома», 17 % «получение стипендии», 14 % «общение с друзьями». Для 1–2 курса бакалавриата и 1–2 курса магистратуры наибольшей мотивацией является «получение новых знаний, умений», для 3–4 курса лидирующие позиции поделили «получение диплома», «получение стипендии», и «получение новых знаний, умений». Возможно, это связано с тем, что как раз студенты 3–4 курса больше всего вовлечены во внеучебную деятельность, и им скоро защищать дипломную работу. Коэффициент χ^2 Пирсона по мотивации учиться равен 209.124 и соответствует тому, что расхождения между распределениями статистически значимы.



Рис. 4. Распределение ответов на вопрос доставляет ли Вам удовольствие учебный процесс (%)

Отвечая на вопрос об уровне удовлетворения учебным процессом (рис. 4), 39 % ответили «в чем-то нравится, в чем-то не нравится» учеба, 30 % «скорее нравится, чем не нравится» учиться, 22 % – «да, мне нравится учиться». Для 1–4 курс, учебный процесс «в чем-то нравится, в чем-то не нравится», для 1–2 курса магистратуры – «скорее нравится». Статистически значимым расхождением между распределениями показывает критерий χ^2 .

Какие эмоции вызывает у вас учебная деятельность?

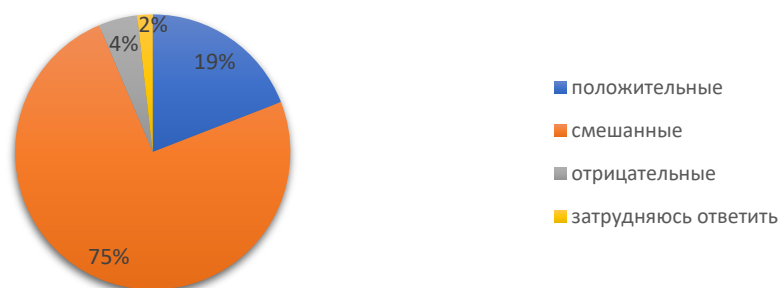


Рис. 5. Распределение ответов на вопрос какие эмоции вызывает у Вас учебная деятельность (%)

Отвечая на вопрос об эмоциях, которые вызывает учебная деятельность (рис. 5), 75 % ответили, что у них «смешанные» эмоции, у 19 % – «положительные» эмоции. Все курсы в отдельности испытывают «смешанные» эмоции. Это может быть связано с выполнением каких-то сложных работ, получение хороших и плохих оценок, сложный предмет. Эмоции, связанные с учебной деятельностью, считаются по критерию χ^2 и это говорит нам о статистически значимых различиях между распределениями.

Частотное распределение по всей выборке

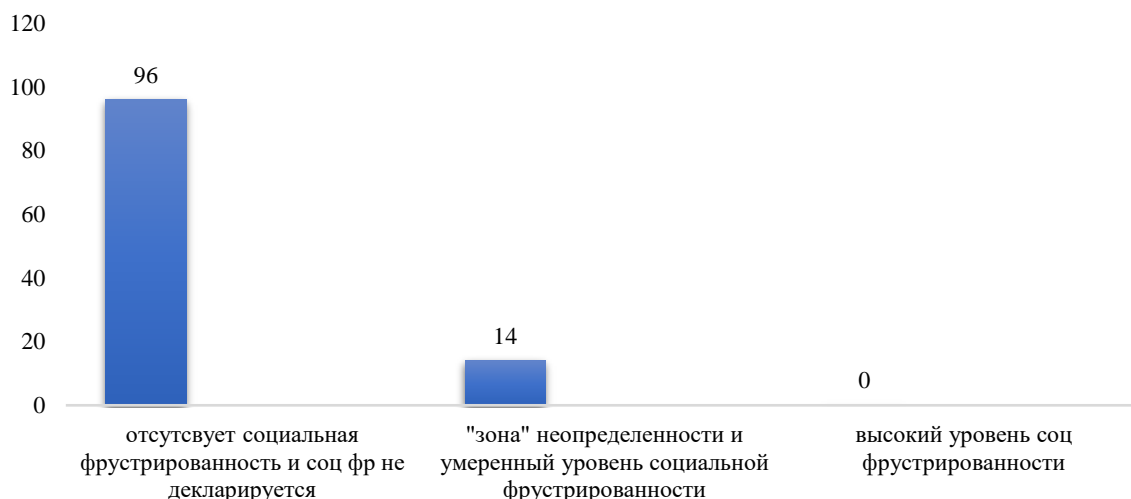


Рис. 6. Частотное распределение уровня фрустрированности по показателю учебной деятельности (кол-во чел.)

Рассчитав по методике социальной фрустрированности такие компоненты учебной деятельности, как выбор учебного заведения, выбор специальности и учебная деятельность, можно говорить об уровне фрустрированности учебной деятельности. В целом коэффициент по учебной деятельности (рис. 6) равен 1,94, что соответствует низкому уровню социальной фрустрированности, что говорит о высоком социальном самочувствии. При сравнении курсов 1–2, 3–4 и 1–2 курс магистратуры получились следующие коэффициенты 1,91, 1,90 и 2,03 соответственно. Сравнив курсы по критерию U Манна-Уитни, во всех случаях принимается Н0 о незначимых различиях в уровне фрустрированности учебной деятельности.

Показатели уровня фрустрированности учебной деятельности



Рис. 7. Показатели уровня фрустрированности по компоненту учебной деятельности (кол-во чел.)

Рассмотрим 10 респондентов с низким уровнем социального самочувствия по компонентам учебной деятельности (рис. 7), из них 7 женщин и 3 мужчины, где по 3 человека с 1 и 2 курса бакалавриата, 1 с 3 курса бакалавриата, 2 человека с 1 курса магистратуры, 1 с 2 курса магистратуры. У 4 из 6 респондентов наблюдается в целом низкий уровень социального самочувствия, 7 из них с гуманитарных направлений и 3 с естественно-научных.

Установлено, что выбранным учебным заведением «в чем-то удовлетворены, в чем-то неудовлетворены» 50 %, 30 % «скорее удовлетворены» и по 10 % «полностью не удовлетворены» и «скорее не удовлетворены». Кроме того, выбранной специальностью «в чем-то удовлетворены, в чем-то неудовлетворены» 40 %, 30 % «скорее не удовлетворены», 20 % «полностью не удовлетворены» и 10 % «скорее удовлетворены». Учебной деятельностью в целом «скорее не удовлетворены» 50 % и 50 % «в чем-то удовлетворены, в чем-то неудовлетворены».

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

- для студентов Ярославля самыми фрустрированными показателями оказались учебная деятельность, физическое здоровье, материальное положение, обстановка в государстве.

- в целом по выборке у студентов общий уровень социальной фрустрированности является низким, что соответствует высокому уровню социального самочувствия. Различий по полу, факультету и курсу в уровне социального самочувствия не выявлено.

- по уровню удовлетворенности параметрами учебной деятельности можно сказать, что респонденты в целом «скорее удовлетворены» ими. Про мотивационные установки учиться можно сказать, что респонденты в большинстве случаев нацелены на получение новых знаний и навыков.

- в целом уровень социальной фрустрированности по компоненту учебной деятельности низкий, что соответствует высокому уровню социального самочувствия. Связь между социальным самочувствием и учебной деятельностью присутствует, но положительная она или отрицательная не оценить.

Литература

1. Головаха Е.И. Измерение социального самочувствия: тест ИИСС / Е.И. Головаха, Н.В. Панина, А.П. Горбачик // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология:4М). – 1998. – № 10. – С. 45–71.

2. *Осинский И.И.* Социальное самочувствие: понятие, факторы формирования и показатели измерения / И.И. Осинский, З.А. Бутуева // Вестник Бурятского государственного университета. – 2015. – № 14. – С. 38–45.
3. Тощенко Ж.Т. Социальное настроение / Ж.Т. Тощенко, С.В. Харченко. – М.: Academia, 1996. – 95 с.
4. *Беляева Л.А.* Уровень и качество жизни. Проблемы измерения и интерпретации // Социологические исследования. – 2009. – № 1. – С. 33–42.
5. *Симонович Н.Е.* Социальное самочувствие людей и технологии его исследования в современной России: дис. ... д-р психол. Наук / Н.Е. Симонович. – Москва, 2003. – 370 с.
6. Индексы социального самочувствия / Всероссийский центр изучения общественного мнения. 2010. 26–27 июня. – URL: <https://wciom.ru/ratings/indeksy-socialnogo-samochuvstviya> (дата обращения: 20.03.2022).
7. *Степанов А.М.* К проблеме изучения социального самочувствия / А.М. Степанов, А.С. Иванова. – СПб: Издательство РГПУ им. Герцена, 2015. – С. 221–226.
8. *Степанов А.М.* Сравнительный анализ социального самочувствия студентов высших и средних специальных учебных заведений // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Психология. Социология. Педагогика. – 2016. – № 2. – С. 47–59.

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ К ДОНОРСТВУ И ЕГО ВИДАМ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В КАЗАНИ)

**Савельева Жанна Владимировна,
Файзуллина Лилия Рафисовна**

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Нехватка доноров является острой проблемой российского здравоохранения. Потенциал для исправления ситуации кроется в молодежной среде и популяризации практик донорства среди студенчества. Для выявления отношения к донорству, его видам и готовности к донорству молодежи города Казани был проведен анкетный опрос (n = 1135). Основные причины проблем с распространением практик донорства студенты видят в недостаточном информировании и недоверии к системе здравоохранения. Положительно относятся к донорству 71,8 % респондентов, однако готовность к донорству выражают лишь 54,5 %. 79 % студенческой молодежи поддерживают донорство крови, к другим видам донорства отношение настороженное: положительное отношение выражают лишь 37,2 % – 44,2 %, также высока доля респондентов с выбором «нейтральное отношение» и затруднившихся ответить.

Ключевые слова: донорство, молодежь, студенчество, отношение к донорству, виды донорства.

Донорство – это добровольное отчуждение крови, органов, тканей, костного мозга и других биоматериалов для трансплантации или лечения. Донорство является одним из важных аспектов здорового общества. Несмотря на то, что многие люди признают значение донорства, все еще существуют определенные препятствия для его развития.

В России донорство является острым вопросом для системы здравоохранения и спасения жизней тысяч людей, многие россияне не осознают его значение и не становятся донорами. Так, по данным Национального медицинского исследовательского центра гематологии в России наблюдается дефицит доноров крови, для его восполнения необходимо в два раза увеличить количество доноров [1].

Один из главных факторов, препятствующих донорству в России, – это недостаточная информированность. Многие люди не знают, что стать донором безопасно и что это может спасти жизнь другого человека. Так, по данным исследования РНИМУ им. Н.И. Пирогова

основные причины неучастия студентов данного медицинского вуза в донорском движении – это незнание, как и где стать донором (17,5 %), опасения за свое самочувствие (16 %), отсутствие свободного времени (14,4 %) и ряд др. [2].

Еще одним из препятствий является недостаток мотивации и понимания важности донорства. Самой перспективной группой в плане развития донорства является студенческая молодежь. Студенты в целом готовы участвовать в волонтерских практиках, однако по данным Высшей школы экономики, студенты недостаточно знают о практиках донорства в силу его недостаточной популярности, испытывают дефицит информации и времени, в связи с чем исследователи предлагаются сценарии «перезагрузки» практик и мотивации [3].

В любом случае, для выстраивания эффективных коммуникаций и информационно-просветительской работы необходимо детальное изучение мнений и представлений студенческой молодежи о донорстве. В связи с этой задачей авторами статьи было проведено социологическое исследование. Полевой этап исследования (анкетный опрос) проходил в г. Казани в октябре-ноябре 2022 года, выборка квотная с контролем признака пола, образовательного статуса и места проживания ($n = 1135$). Данные собирались с помощью Google Формы, обрабатывались при помощи статистического пакета SPSS в апреле 2023 года.

Причины низкого уровня распространения донорства в российском обществе казанские студенты видят, прежде всего, в низком уровне информирования (42,8 %), а также в недоверии к системе здравоохранения (32,7 %). Как показали в дальнейшем ответы на открытые вопросы, это недоверие связано с представлениями об опасности для здоровья в плане стерильности и недружественностью учреждений здравоохранения, персонала:

«Несколько суток в поликлинике надо провести, я к такому не готов».

«Я готова, но сдача анализов долгая процедура, и не хочется связываться с поликлиниками, где работают ужасно грубые люди».

«Донорство влечет риски для моего здоровья, и здоровья реципиента, поэтому лично я сам заниматься этим не хочу».

12,4 % опрошенных указали на психологический страх как возможную причину:

«Собственный страх и здоровье подводит».

«Боюсь игл, так что не готов добровольно».

«Боюсь крови и любых мед процедур».

«Боюсь, что это может сказаться на моем здоровье».

4,2 % студентов назвали такую причину нераспространённости донорства в России как отсутствие вознаграждения. Около 7 % затруднились с ответом, 1 % указали на нездоровье как фактор низкой распространённости практик донорства. Интересно, что ответ на данный вопрос имел связь с гендером. Юноши чаще выбирали вариант ответа об отсутствии вознаграждения, а девушки – психологический страх.

Студенты с низким материальным положением, чаще в качестве причины указывали недоверие к системе здравоохранения (40,9 %), в то время как состоятельные студенты – называли чаще чем остальные называли причину в отсутствии вознаграждения (5,9 %) ($\chi^2 = 88,402$ при $p < 0,001$).

Вопрос был полуоткрытый, в графе «другое» респонденты указывали кроме перечисленных и другие типовые варианты, связанные с группами причин: эгоизм и лень, затраты времени, проблемы со здоровьем.

Студенческая молодежь г. Казани в целом положительно относится к донорству – об этом заявили 71,8 % опрошенных, 25,6 % высказали нейтральное отношение, лишь 1 % выбрали вариант ответа «отрицательно», 1,6 % затруднились с ответом. Доля положительно настроенных была ниже среди группы с высоким материальным достатком (64,1 %), представители данной группы чаще выбрали ответ «нейтральное отношение» (31,8 %).

Интересный результат был получен при сопряжении вопросов «Как Вы относитесь к донорству» и «Можете ли Вы сказать, что живете здесь и сейчас?». Среди тех, кто указал, что живет здесь и сейчас, была ниже доля респондентов, положительно относящихся к до-

норству (67 %) ($\chi^2 = 111,551$ при $p < 0,001$). Соответственно данная группа чаще выражала нейтральное и негативное отношение к донорству (рис. 1).

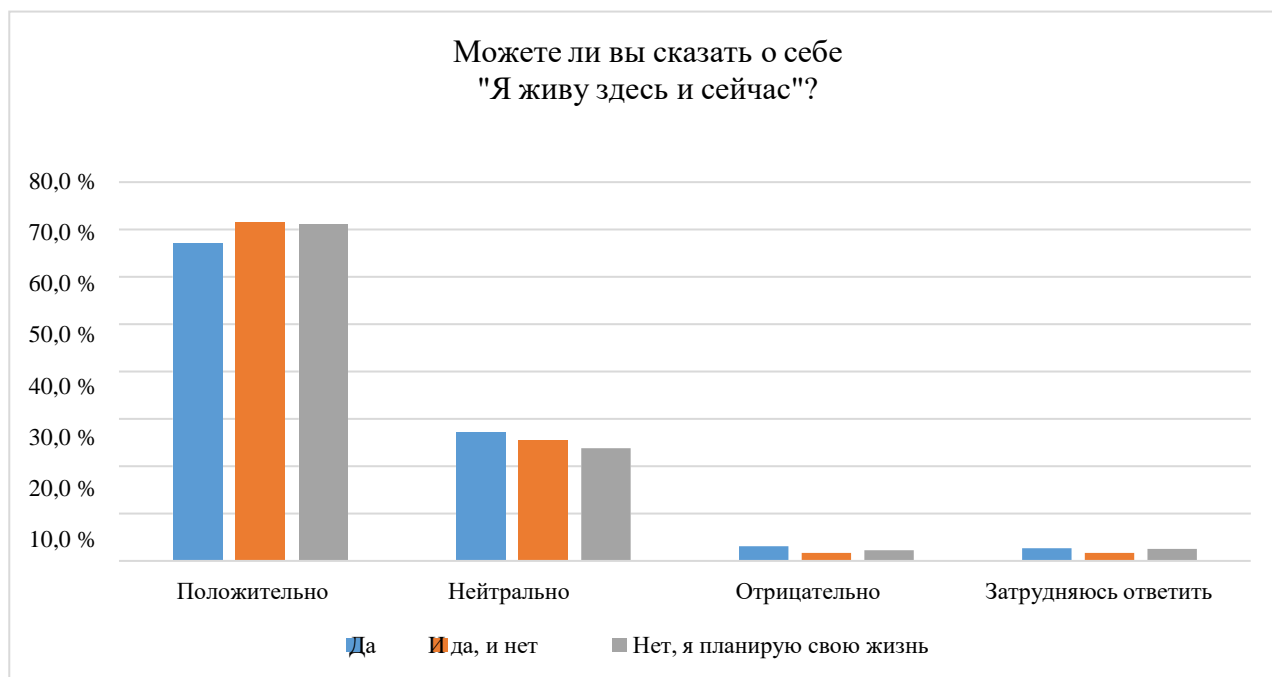


Рис. 1. Двухмерное распределение ответов на вопрос «Можете ли вы сказать о себе «я живу здесь и сейчас»? и «Как Вы относитесь к донорству?», в %

Несмотря на высокую долю респондентов, высказавших положительное отношение к донорству, о личной готовности заявили лишь 54,5 % казанских студентов. Таким образом разрыв между теми, кто положительно относится к практике донорства, и теми, кто готов стать донором составил 17,3 %.

Вариант «не готов» выбрало 23,2 % анкетированных, 2,7 % указали, что являются донорами. 19,6 % затруднились ответить. При ответе на вопрос об отношении к донорству связь с полом не была обнаружена, но в вопросе о готовности к донорству, юноши чаще отвечали положительно (58,1 %), чем девушки (50,6 %); о неготовности заявили 29,5 % девушек и лишь 17,4 % юношей, что может быть связано с культурой маскулинности, предполагающей смелость и готовность к рисковому поведению, к которому многие относят донорство ($\chi^2 = 24,658$ при $p < 0,001$). О том, что являются донорами, указали равные доли опрошенных респондентов мужского и женского пола – 2,7 %.

По признаку материального достатка были получены статистически подтвержденные взаимосвязи переменных: готовность среди студентов с высоким уровнем доходов ниже, чем среди групп с низким и средним доходом (51,8 % и 60,2 % и 57,4 % соответственно); также среди них лишь 2,4 % доноров, в то время как среди студентов с низким достатком таковых 4,5 %; доля затруднившихся ответить также в анализируемой группе отличается – 23,5 % (затруднившихся ответить в группе с низким доходом 10,2 %, со средним доходом – 15,6 %).

В ходе статистического анализа была выявлена взаимосвязь между ответом на вопрос о готовности к донорству и материальным положением. Интересным оказалось то, что среди людей с малым достатком больше тех, кто готов к донорству – 60 % и 5 % являются ими. А среди тех, кто не испытывает материальных трудностей – лишь 51 % выражает готовность, 2 % являются донорами и 22 % не готовы к донорству.

Положительно относятся к донорству среди тех, кто *живет здесь и сейчас* 67 %, в то время как 71 % среди тех, кто *и да и нет*, и *планирует свою жизнь*; соответственно чаще отрицательное отношение выражают те, кто *живет здесь и сейчас* ($\chi^2 = 111,551$ при $p < 0,001$).

Таким образом, среди тех, кто планирует свою жизнь больше положительно относящихся к донорству, чем среди *живущих здесь и сейчас*. Возможно, причина в том, что люди, планирующие свою жизнь, обладают более высоким уровнем социальной ответственности и альтруизмом.

В открытом вопросе по поводу донорства чаще всего студенты писали положительные комментарии о донорстве:

«Донорство – это один из вариантов самореализации».

«Это гуманизм».

«Это помогает людям, это очень полезно».

Однако во многих ответах можно встретить тезисы о недостаточной мотивации для донорства при хорошем отношении.

«Готов стать донором, но нет времени и желания заняться этим всерьез».

«Готова сдать кровь, просто мне лень».

«Донорство – это издержки времени».

В некоторых ответах можно было найти позицию социального обмена:

Пока я здорова и могу помочь другим, но может настать время, когда мне нужна будет помощь, хотелось бы ее получить».

Два комментария носили крайне эгоистическую окраску:

«Позиция «думай о себе» имеет выигрышную стратегию для жизни в современных реалиях».

Два комментария были аргументированы религиозно, причем один в поддержку, другой в отрицание донорства как практики.

«Помощь богоугодное дело».

«По Исламу запрещено донорство».

В исследованиях установлено, что некоторые люди могут отказаться от донорства по религиозным соображениям. Например, в некоторых религиях запрещено сдавать кровь или ткани.

В нескольких аргументах о донорстве фигурировала идея, что донорство актуально в случае дарения органов и тканей близкому человеку, родственнику.

«Только для близкого человека готов».

Еще одна посылка в связи с донорством – его возмездность.

«Я готов быть донором крови только за достойно вознаграждение».

Данные согласуются с выводами исследования А. Орловецкой, согласно которому распространены социальные представления, о том, что материальное вознаграждение нормальное и даже необходимое условие донорства, и установки, что помогать нужно только близким людям [4]. Однако доля россиян, считающих, что вознаграждение за донорство необходимо, неуклонно снижается. Так, о необходимости денежного вознаграждения в 2008 году говорили 74 % россиян, в 2013 году – 67 %, в 2018 – 50 % [5].

Важным вопросом исследования помимо отношения и готовности к донорству, была анализ отношения к различным видам донорства среди студенчества.

Таблица 1

Ответ на вопрос «Выразите, пожалуйста, свое отношение к разным видам донорства. Как Вы относитесь к донорству ...», в %

	Крови	Костного мозга	Яйцеклетки	Семенной жидкости	Органов
Положительно	79	44,2	37,2	43,7	39,1
Нейтрально	16	35,9	40,1	39,1	37,1
Отрицательно	1	6,2	9	6,8	8,3
Зат. ответить	4	13,7	13,7	10,4	15,4

Как следует из табл. 1, к донорству крови 79 % студенческой молодежи относится положительно, лишь 1 % отрицательно и 4 % затруднились ответить. Распределение мнений по другим видам донорства среди студенческой молодежи не было столь однозначным. Отрицательное отношение на уровне 6,2 % вызывает практика донорства костного мозга, 6,8 % и 9 % – составили доли анкетированных, испытывающих негативное отношение к репродуктивному донорству, причем отрицательных оценок донорства яйцеклетки было больше. 8,3 % опрошенных негативно относятся к донорству органов. По данному виду донорства самая высокая доля затруднившихся ответить – 15,4 %. Также можно наблюдать разное распределение ответов по позициям положительного и нейтрального отношения. Если по донорству костного мозга, семенной жидкости, органов доля положительных оценок респондентов немного выше нейтральных, то по донорству яйцеклетки – ситуация обратная.

Статистический анализ показал, что девушки чаще положительно оценивают донорство крови, чем юноши (82,8 % и 75,5 % соответственно), юноши чаще выбрали нейтральные ответы. Аналогичный разрыв ответов был получен по вопросу о донорстве костного мозга. А вот при ответах по донорству яйцеклетки статистически подтвержденных гендерных различий обнаружено не было. Аналогичная ситуация по донорству семенной жидкости и органов. По органному и репродуктивному донорству ответы связаны с материальным положением респондентов: группа с высокими доходами чаще выбирала вариант «отрицательно» и «затрудняюсь ответить».

Таким образом, студенты имеют положительное отношение к донорству. Однако, на практике, студенты не проявляют активное участие в донорской деятельности и степень их готовности к донорству намного ниже. Часть молодежи боится, что они могут заразиться каким-либо заболеванием через донорство крови. Несмотря на то, что современные методы проверки гарантируют безопасность донорской крови и тканей, необходимо проводить работу по устранению страха и мифов. Также по результатам исследования удалось выяснить, что студенческая молодежь крайне дифференцировано относится к разным видам донорства.

Необходимо проводить работу по информированию и просвещению студентов о донорстве, его безопасности и важности для общества. Также необходимо учитывать особенности молодежной культуры и мотивировать студентов к участию в донорской деятельности, например, через организацию мероприятий на территории учебных заведений.

Литература

1. Национальный медицинский исследовательский центр гематологии. – URL: <https://donor.blood.ru/questions/> (дата обращения: 25.04.2023).
2. Ильенко Л.И., Мурадян Т.Г., Орлова Н.В., Нечмирь М.А., Некрасова А.М. Донорство как компонент гуманистического воспитания студентов медицинских вузов // Кардиоваскулярная терапия и профилактика. – 2022. – № 21 (S4). – С. 36–42.
3. «Перезагрузка» практик добровольно сдачи крови. – URL: <https://iq.hse.ru/news/829562401.html> (дата обращения: 23.04.2023).
4. Орловецкая А.Г. Донорство крови как социальная практика: российская специфика // Журнал исследований социальной политики. – 2017. – 15 (1). – С. 7–20.
5. Донорство крови / База данных ФОМ. 18 января. 2018. – URL: <https://bd.fom.ru/pdf/d02dk2018.pdf> (дата обращения: 27.04.2023).

ЯЗЫКОВЫЕ УСТАНОВКИ МОЛОДЕЖИ

Садыкова Регина Римовна

Уфимский университет науки и технологий, Уфа, Россия

Аннотация. Исследование языковых установок молодежи в Республике Башкортостан является актуальным по нескольким причинам. Во-первых, Республика Башкортостан – это

многонациональный регион, где существуют два государственных языка: русский и башкирский. Во-вторых, молодежь – это основной катализатор изменений в обществе. Изучение языковых установок молодежи в Республике Башкортостан поможет понять, какие языки и языковые общности формируются в этом регионе, как молодежь воспринимает национальные и культурные традиции, и каким образом это влияет на межэтнические отношения в регионе. В-третьих, в свете глобализации и цифровизации общества, изучение языковых установок молодежи является важным для понимания вызовов, с которыми молодежь сталкивается в деле сохранения своих национальных языков и культур. Целью статьи было рассмотреть языковые установки молодежи. Основным методом исследования был он-лайн опрос молодежи. Результаты исследования показали, что большинство опрошенных считают, что вопросы сохранения и развития языков, культуры, трудовой занятости и уровня жизни народов России должны решаться совместно, взаимопомощью людей разных национальностей. Также значительная часть опрошенных считают, что эти вопросы должно решать государство, поскольку мы живем в одном государстве.

Ключевые слова: язык, языковые установки, молодежь, родной язык, языковые установки молодежи.

Исследование языковых установок молодежи в Республике Башкортостан является актуальным по нескольким причинам. Во-первых, Республика Башкортостан – это многонациональный регион, где существуют два государственных языка: русский и башкирский. Изучение языковых установок молодежи в этом регионе позволит выявить, как они воспринимают и используют языки своих национальных групп, а также насколько они готовы сохранять и развивать свое языковое наследие. Во-вторых, молодежь – это основной катализатор изменений в обществе. Изучение языковых установок молодежи в Республике Башкортостан поможет понять, какие языки и языковые общности формируются в этом регионе, как молодежь воспринимает национальные и культурные традиции, и каким образом это влияет на межэтнические отношения в регионе. В-третьих, в свете глобализации и цифровизации общества, изучение языковых установок молодежи является важным для понимания вызовов, с которыми молодежь сталкивается в деле сохранения своих национальных языков и культур. Исследование может также помочь выявить перспективы изменения языковых установок молодежи и возможности создания новых смешанных языков и коммуникационных практик в регионе.

Исследование языковых установок молодежи в Республике Башкортостан имеет большую актуальность и может быть полезным для теоретического и практического применения в различных социальных и культурных областях. В современном мире язык является основным коммуникативным инструментом и одним из ключевых элементов национальной идентичности. В республике находятся разные народы, у каждого из которых есть свой язык и культура. В статье будут рассмотрены языковые установки молодежи в Башкортостане и прогноз на будущее. В современном мире языковые установки полностью меняются. Башкирский язык, как и многие другие языки мира, подвергается различным влияниям и изменениям.

Одной из главных установок башкирского языка в настоящее время является сохранение языка и башкирской культуры в целом. Стратегические цели, определенные правительством Башкортостана, включают сохранение и развитие родного языка, предотвращение его утраты и усиление его статуса. Также важной языковой установкой является использование башкирского языка в повседневной жизни и публичной сфере. В Башкортостане ведется работа по продвижению родного языка среди молодежи и детей. Но несмотря на все это, башкирский язык сталкивается с проблемой уменьшения числа его носителей. Многие молодые люди не говорят на языке своих предков, что говорит о необходимости усилить установку на привлечение внимания к языку среди молодежи.

Эти языковые установки являются ключевыми в сохранении родного языка и культуры народа Башкортостана, но для их реализации необходима сильная поддержка не только

со стороны государства, но и всего общества. Язык – это не только средство коммуникации, но и часть культурной идентичности, т. е. наследственности каждого народа. В современном мире всё большую актуальность приобретает изучение языковых установок молодежи в современном обществе. Цель настоящего исследования - изучить языковые установки молодежи в республике Башкортостан и выделить основные факторы, влияющих на формирование языковых установок.

Языковые установки молодежи – это мнение, которое молодые люди выражают о своем языке и других языках. Они могут включать в себя уровень знаний языка, отношение к нему, желание изучать его и т.д. Если языковые установки молодежи укладываются в рамки национальной политики, то это может привести к сохранению или развитию различных языков и культур. В Республике Башкортостан есть несколько языков. Официальным является русский язык. Башкирский язык также имеет официальный статус и является национальным языком. Кроме того, в Башкортостане говорят на татарском, украинском, чувашском и других языках.

По данным Башстата на начало 2022 года молодежи от 16–24 года было от всего населения 9,2 % [3]. Они – будущее республики. Поэтому понимание их языковых установок может помочь определить, какие языки будут развиваться или уступать место другим языкам в будущем.

Вопрос языковой установки является одним из интересных в социологии, так как он касается не только языковой сферы, но и социальных отношений, культуры, идентичности и т. д. По определению, языковая установка – это способность человека понимать, использовать и оценивать язык как часть своей культуры и общественного окружения. Языковая установка формируется в процессе социализации и может различаться в зависимости от социального статуса, возраста, пола, национальности и других факторов.

Одним из важнейших аспектов языковой установки является языковой выбор. Каждый человек обладает возможностью выбора языков, на которых он говорит. Это может быть язык родителей, общественный язык, диалекты и т. д. Языковой выбор может иметь не только практический, но и социальный и культурный характер. Ведь использование определенных языков может означать принадлежность к определенной национальной или социальной группе.

Языковая установка также может быть связана с языковым поведением. Это означает, что каждый человек обладает определенными стратегиями коммуникации, которые включают в себя выбор языка, темы, стиль разговора и т.д. Языковое поведение связано с культурными и социальными нормами, принятыми в обществе.

Одним из важных аспектов языковой установки является мультиязычность и языковая политика. В современном мире все большее значение приобретает языковая установка в контексте миграции и глобализации. Переезд в другую страну или контакт с иностранными культурами может быть связан с необходимостью изучения иностранных языков, а также с различными культурными адаптациями. Языковая установка является важным аспектом социологии, который связан с многими другими социальными и культурными явлениями. Она формируется в процессе социализации и может иметь множество разнообразных проявлений в зависимости от различных социальных и культурных факторов. С одной стороны, молодежь высказывает готовность сохранять языковую и культурную идентичность своего народа, проявляет интерес к изучению родного башкирского языка и культуры, высказывает гордость за свою историю и традиции. С другой стороны, языковые установки молодежи также связаны с межэтническими отношениями и ситуацией в обществе. Многие молодые люди в условиях растущего глобализма и стремления к индивидуальности и социальной мобильности ориентируются на русский язык и культуру, как более широко используемые в современном мире.

Одним из аргументов за сохранение языковой и культурной идентичности является необходимость сохранения истории и традиций народа, а также поддержание межэтнического мира и согласия в обществе. Кроме того, владение родным языком полезно для лучшего

понимания культур других народов и развития межкультурной коммуникации. С другой стороны, многие молодые люди считают, что знание русского языка и культуры открывает больше возможностей для образования и карьерного роста, что, в свою очередь, способствует экономическому развитию республики. Вывод: языковые установки молодежи в республике Башкортостан направлены на сохранение и развитие своей родной языковой и культурной идентичности, однако также зависят от общей ситуации в обществе и мировых тенденций развития. Поэтому, важно сохранять культурное многообразие и способствовать гармонизации межнациональных отношений в республике.

Онлайн опрос провели в апреле 2023 г. среди студентов Вуза г. Уфы. Участвовали 120 человек. В возрасте от 16–35 лет.

Ваш возраст
120 ответов

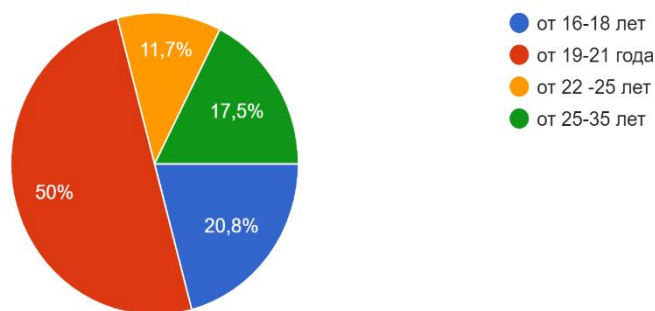


Рис. 1. Квоты по возрасту

Мы разделили на категории, для удобства восприятия информации, по частоте использования родного языка.

Категория 1: Редко использующих родной язык. 17,5 % опрошенных, которые редко используют родной язык, из них 11,6 % живут в городе, 0,8 % – в поселке и 5 % – в селе/деревне. Из 12,5 % респондентов, которые ответили на вопрос о частоте использования родного языка, 0,8 % выбрали ответ "редко" и указали татарский язык, но национальность обозначили, что русский. 6,6 % – татары по национальности, 3,3 % – башкиры, 1,6 % – чувашки. Все они согласны с тем, что знание родного языка важно для сохранения культурного наследия и национальной идентичности. Однако, 0,8 % из этой группы (1 человек) не согласен с этим утверждением и считает, что знание родного языка не является важным. Он выбрал русский и английский языки, как языки, которые влияют на качество образования и понимание материала в школе, колледже или вузе. Он также считает, что использование родного языка в повседневной жизни, в том числе в социальных сетях и в интернете, очень сложно. Он не считает, что в образовательной системе в его регионе достаточно внимания уделяется изучению родного языка, и не готов учиться своему родному языку на курсах или дополнительных занятиях, если бы такая возможность появилась.

По результатам опроса можно сделать вывод, что среди молодежи в Башкортостане есть люди, которые редко используют свой родной язык и не считают его важным для сохранения культурного наследия и национальной идентичности. Однако большинство тех, кто редко использует свой родной язык, всё же считают знание родного языка важным. Татарский язык наиболее распространенный родной язык в этой группе опрошенных, но также есть люди, говорящие на башкирском и чувашском языках. Один человек из этой группы не согласен с утверждением о важности знания родного языка и считает, что использование родного языка в повседневной жизни очень сложно. Также он не считает, что в образовательной системе в его регионе достаточно внимания уделяется изучению родного языка, и не готов учиться своему родному языку на курсах или дополнительных занятиях. Общая

тенденция показывает, что большинство молодежи в Башкортостане сохраняет интерес и связь с родным языком и национальной культурой, но есть и те, кто не придает этому большого значения. Это может свидетельствовать о том, что сохранение и продвижение национальных языков и культуры в регионе может потребовать дополнительных усилий и внимания со стороны общества и государства.

Категория 2: Расто использующих родной язык. Из 16,6 % респондентов, все говорят на своем родном языке и часто используют его в повседневной жизни, в том числе в социальных сетях и в интернете. 6,6 % относят себя к башкирской национальности, из них 4,1 % опрошенных из села/деревни, а 2,5 % – из города. 5,8 % человек – татары, 0,8 % – памирец, 0,8 % – кыргыз, 0,8 % по национальности метис, 0,8 % – русский/башкир. Все 16,6 % человек считают, что знание родного языка важно для сохранения культурного наследия и национальной идентичности. Ответы на вопрос о том, какой язык влияет на качество образования и понимание материала в школе, колледже или вузе, были разнообразными, но большинство назвали русский язык. 7,5 % считают, что иногда бывает сложно использовать родной язык в повседневной жизни, в том числе в социальных сетях и в интернете, а 9,2 % респондентов не считают это сложным. 5,8 % считают, что в их регионе достаточно внимания уделяется изучению родного языка, 5 % затруднились ответить, 4,2 % считают, что недостаточно, а 1,6 % считают, что совсем не уделяют должного внимания. 10 % человек готовы учиться своему родному языку на курсах или дополнительных занятиях, 1,6 % человека не готовы, а 4,2 % человек затруднились ответить.

Из результатов опроса можно сделать вывод о том, что языковые установки молодежи в Башкортостане в большинстве своем сохраняются и привержены культурному наследию и национальной идентичности. Важность родного языка для молодежи отмечается как ключевой элемент сохранения национальной культуры. Однако, несмотря на это, иногда возникают сложности при использовании родного языка в повседневной жизни и на площадках социальных сетей. Некоторые опрошенные высказывают неудовлетворенность недостаточным вниманием к изучению родного языка со стороны общества. Тем не менее, молодежь готова и заинтересована в изучении родного языка на курсах и дополнительных занятиях. Обратим внимание также на то, что большинство молодежи считает русский язык важным для качественного образования и понимания материала в школе, колледже или вузе. Это свидетельствует о значимости русского языка для молодежи в Башкортостане.

Категория 3: очень часто использующих родной язык. Из 57,5 % опрошенных, которые участвовали в опросе, 50 % живут в городе, 1,6 % респондентов в поселке и 5 % человек – в селе/деревне. 33,3 % считают русский язык своим родным, 7,5 % – башкирский, 4,2 % – татарский. 55,8 % говорят на своем родном языке и считают его важным для себя лично, кроме 1,6 %, которые не считают родной язык важным (они являются русским и татарин). Один человек относится к национальности мордва, а остальные – к русской национальности, за исключением одного человека, который относится к башкирской/татарской национальности. Все 57,5 % используют свой родной язык очень часто.

Из результатов опроса можно сделать вывод, что большинство молодежи в Башкортостане сохраняет связь с родным языком и национальной культурой, и считает родной язык важным для сохранения культурного наследия и национальной идентичности. Русский язык является наиболее распространенным родным языком среди опрошенных, но существуют также люди, говорящие на башкирском и татарском языках. Опрошенные часто используют свой родной язык в повседневной жизни. Тем не менее, некоторые молодые люди не считают родной язык важным для себя лично. Общая тенденция показывает, что молодежь в Башкортостане сохраняет интерес к своим национальным языкам и культуре, что может свидетельствовать о сохранении традиций и национальной идентичности у молодого поколения в регионе.

Для изучения языковых установок молодежи в Башкортостане был проведен еще один онлайн опрос в рамках реализации научного проекта Всероссийской программы фундамен-

тальных и прикладных научных исследований «Этнокультурное многообразие российского общества и укрепления идентичности» 2020–2022 (осень, 2022 года).

В опросе участвовало 428 человек в возрасте от 16 до 21 года, проживающих в различных районах республики Башкортостан. (189 человек от 16–18 лет (44,1 %) и от 19–21 года – 239 человек (55,9 %)). Они отвечали на вопросы о своем отношении к русскому, башкирскому и другим языкам, о желании изучать их и других вопросах.

Основными результатами опроса являются:

На вопрос: У каждого народа нашей страны, в том числе русского, есть требующего своего решения вопросы: сохранения и развития языков, культуры, трудовой занятости, уровня жизни и т.д. Как Вы считаете, каким образом следует решать эти вопросы?

Из результатов опроса можно сделать вывод, что большинство опрошенных (41,6 %) считают, что вопросы сохранения и развития языков, культуры, трудовой занятости и уровня жизни народов России должны решаться совместно, взаимопомощью людей разных национальностей. Также значительная часть опрошенных (14,4 %) считают, что эти вопросы должно решать государство, поскольку мы живем в одном государстве. Однако, есть и те, кто считает, что каждый народ должен сам решать свои вопросы (16,3 %), либо считают, что вопросы должны решаться не отдельных народов, а всего российского народа (11,9 %). Кроме того, 15,6 % опрошенных затруднились ответить.

Из результатов опроса можно сделать вывод, что большинство опрошенных (41,6 %) считает, что решение вопросов народов России должно быть совместным, основанным на взаимопомощи людей разных национальностей. Это свидетельствует о понимании необходимости сотрудничества и взаимопонимания между народами, для достижения общих целей.

Однако, также можно отметить, что затруднились ответить на данный вопрос 15,6 % опрошенных. Это может свидетельствовать о том, что существует недостаточное знание или понимание того, каким образом следует решать вопросы народов России.

Некоторое количество опрошенных (16,3 %) считают, что каждый народ должен сам решать свои вопросы. Это может свидетельствовать о предпочтении децентрализованной формы решения проблем.

Однако, значительная часть опрошенных (14,4 %) считает, что вопросы всех народов России должно решать государство. Это может свидетельствовать о предпочтении централизованной формы решения проблем, основанной на власти государства.

Также можно отметить, что меньшинство респондентов (11,9 %) считает, что вопросы следует решать не отдельных народов, а всего российского народа. Это может свидетельствовать о стремлении к единству и гармонии между народами России.

Результаты опроса показывают, что для большинства опрошенных народы России должны решать свои проблемы взаимопомощью и совместно. В то же время, существует разнообразие мнения относительно того, каким образом должны решаться вопросы народов России, что может свидетельствовать о необходимости дальнейшего обсуждения и изучения этой проблемы. Как и предполагалось, языковые установки являются важным аспектом взаимодействия между людьми на межкультурном уровне. Определенные языковые установки могут служить препятствием для понимания и эффективного общения между людьми разных культур и языковых групп.

Многие из опрошенных участников подчеркнули важность уважения и толерантности по отношению к другим языкам и культурам. Они отметили, что необходимо уметь слушать и понимать собеседника, уважать его достоинство и культурные традиции. Более того, многие выразили готовность учиться другим языкам и культурам, считая, что это важно для налаживания хороших отношений между людьми.

Опрос показал, что языковые установки являются важным аспектом межкультурного общения, и уважение к языку и культуре других людей является ключевым фактором в налаживании хороших отношений между людьми из разных культур.

На вопрос «Выберите одно из суждений, наиболее близкое Вашей позиции»: из результатов опроса можно сделать вывод, что более чем половина опрошенных (58,4 %) гордится

российским народом и уважительно относится к другим народам. Однако, часть опрошенных (32,8 %) считает, что каждый народ, в том числе и российский, имеет и то, чем можно гордиться, и то, чем нельзя. Небольшая часть респондентов (9,2 %) не гордится российским народом или даже более уважает другие народы. Это может свидетельствовать о наличии определенных негативных мнений о российском народе, предвзятости или недоверия к своей стране.

Также можно отметить, что самая многочисленная группа респондентов выразила свое гордое и уважительное отношение к российскому народу и к другим народам. Это может свидетельствовать о том, что многие люди имеют позитивное отношение к своей стране, но не остаются равнодушными к другим народам.

Итак, результаты опроса показывают, что для большинства респондентов Российский народ имеет свои достоинства, но также есть и недостатки. Кроме того, большинство людей гордится своей страной, но также открыты к другим народам и уважают их.

Как и предполагалось, языковые установки являются важным аспектом взаимодействия между людьми на межкультурном уровне. Определенные языковые установки могут служить препятствием для понимания и эффективного общения между людьми разных культур и языковых групп.

Многие из опрошенных участников подчеркнули важность уважения и толерантности по отношению к другим языкам и культурам. Они отметили, что необходимо уметь слушать и понимать собеседника, уважать его достоинство и культурные традиции. Более того, многие выразили готовность учиться другим языкам и культурам, считая, что это важно для налаживания хороших отношений между людьми.

Опрос показал, что языковые установки являются важным аспектом межкультурного общения, и уважение к языку и культуре других людей является ключевым фактором в налаживании хороших отношений между людьми из разных культур.

Языковые установки имеют большое значение в межкультурном общении и могут влиять на понимание и эффективность коммуникации между представителями разных культур. В процессе опроса было выявлено, что уважение к языку и культуре других людей является ключевым фактором в установлении хороших отношений между людьми из разных культур. Многие опрошенные выразили готовность учиться другим языкам и культурам, а также готовность быть терпимыми и понимающими по отношению к другим языкам и культурам. Все это указывает на необходимость продолжать работу по развитию языковой толерантности и уважения к разнообразию культур, что в свою очередь способствует эффективному межкультурному общению и развитию глобального сообщества.

На вопрос «Могут ли, на Ваш взгляд, преодоление новых вызовов и реализация новых возможностей быть общей, совместной задачей для людей разных национальностей нашей страны?»

- (50,4 %) вполне могут быть;
- (30 %) Затрудняюсь ответить;
- (15,8 %) в какой-то степени могут быть;
- (16 %) не могут быть.

Из результатов опроса можно сделать вывод, что большинство респондентов (50,4 %) считают, что преодоление новых вызовов и реализация новых возможностей может быть общей, совместной задачей для людей разных национальностей в России. Однако, 30 % затрудняются ответить на этот вопрос, что может указывать на недостаточную уверенность в своих убеждениях или отсутствие понимания темы. 15,8 % считают, что в какой-то степени это возможно, что может свидетельствовать о том, что для них есть определенные сомнения или условия, которые могут повлиять на этот процесс. 16 % утверждают, что это невозможно, что может связываться с предрассудками, непониманием, стереотипами или дискриминацией.

Таким образом, результаты опроса показывают, что мнение о возможности совместного решения задач и преодоления вызовов для людей разных наций в республике неоднозначно. Однако, наиболее оптимистично настроенная группа респондентов наиболее многочисленна,

что может свидетельствовать о том, что идея многонациональной взаимопомощи в решении общих задач имеет поддержку в обществе.

Как и предполагалось, языковые установки являются важным аспектом взаимодействия между людьми на межкультурном уровне. Определенные языковые установки могут служить препятствием для понимания и эффективного общения между людьми разных культур и языковых групп.

Многие из опрошенных участников подчеркнули важность уважения и толерантности по отношению к другим языкам и культурам. Они отметили, что необходимо уметь слушать и понимать собеседника, уважать его достоинство и культурные традиции. Более того, многие выразили готовность учиться другим языкам и культурам, считая, что это важно для налаживания хороших отношений между людьми.

Опрос показал, что языковые установки являются важным аспектом межкультурного общения, и уважение к языку и культуре других людей является ключевым фактором в налаживании хороших отношений между людьми из разных культур.

Языковые установки молодежи в республике Башкортостан сильно зависят от социокультурной среды. Окружающая среда и культурные традиции играют важную роль в формировании языковых установок.

Заключение.

Языковые установки молодежи в республике Башкортостан показывают, что русский язык все еще является наиболее распространенным языком среди молодежи. Однако надо учитывать, что большинство молодых людей говорят на нескольких языках. Башкирский язык также имеет высокую популярность среди молодежи, но его будущее зависит от уровня его официального признания и государственной поддержки. В целом, развитие языков в республике Башкортостан будет зависеть от многих факторов, включая национальную политику, экономическую среду и социальные тенденции.

Результаты исследования показывают, что языковые установки молодежи в республике Башкортостан свидетельствуют о готовности сохранять и развивать традиции своего народа. Социокультурная среда играет важную роль в формировании языковых установок. Поэтому, разработка учебных программ и проведение культурно-образовательных мероприятий, направленных на сохранение и развитие родного языка и культуры, могут помочь в укреплении языковых установок молодежи и сохранении национальной идентичности.

Одним из способов корректировки языковых установок молодежи является создание мотивации для изучения родного языка. Это можно сделать, например, через организацию культурных мероприятий, в которых участники вовлекаются в изучение традиций и истории своего народа.

Еще одним способом может стать использование языка в повседневной жизни, например, в общении с друзьями и семьей или в работе. Также можно проводить языковые курсы и тренинги для тех, кто хочет улучшить свои языковые навыки.

Одной из основных проблем, с которыми сталкиваются люди, изучающие несколько языков, является смешение языков, когда элементы одного языка попадают в речь на другом языке. Чтобы избежать этого, необходимо уделить внимание правильному использованию языков и практиковаться в их использовании на разных ситуациях и в разных контекстах. Молодежь Башкирии обычно использует башкирский и русский языки в повседневной жизни. Однако, некоторые молодые люди предпочитают использовать только один язык, что может привести к недопониманию и конфликтам между ними. Кроме того, некоторые молодежи могут столкнуться со словарным запасом и грамматическими ошибками при выражении своих мыслей и идей.

Чтобы преодолеть эти трудности, молодежи рекомендуется активно участвовать в общении на обоих языках, практиковаться в использовании правильной грамматики и слов, изучать новые слова и выражения, читать книги и смотреть фильмы на обоих языках. Также, важно осознавать и ценить культуру и язык других народов, чтобы уважительно относиться к ним и стремиться к единению и мирному сосуществованию.

Литература

1. *Абрамова М.А., Костюк В.Г., Гончарова Г.С.* Изучение влияния лингвокультурной специфики среды на межэтнические установки молодежи: факторы, индикаторы, показатели // Вестник Томского государственного университета. – 2019. – № 446. – С. 83–89.
2. *Акопова К.А.* Языковые предпочтения современной молодежи // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. – 2006. – № S9. – С. 48–52.
3. Башстат. Распределение населения по возрастным группам. – URL: <https://bashstat.gks.ru/storage/mediabank/Raspredelenie-naseleniya-po-vozzrastnym-grupparam.pdf> (дата обращения: 30.04.2023).
4. *Денисова А.В., Шурыгина Е.Г.* Установки молодежи в языковом и этнокультурном образовании в «русском» регионе (на примере Ростовской области) // Социально-гуманитарные знания. – 2017. – № 11. – С. 160–167.
5. *Дзуцев Х.В.* Культурные и языковые предпочтения учащихся средних общеобразовательных школ города Владикавказа Республики Северная Осетия – Алания: этносоциологический анализ // Archival data of the Journal of Politics. – 2016. – № 3. – С. 44–60.
6. *Дырхеева Г.А., Хилханова Э.В.* Институт монголоведения, буддологии и тибетологии СО РАН. Восточно-Сибирская государственная академия культуры и искусств Улан-Удэ Языковые установки молодежи Бурятии: система образования // Сибирский филологический журнал. – 2014. – 3. – С. 218–224.
7. *Иванова Н.И.* Сущность и своеобразие языковой идентичности молодежи Саха в современном социокультурном контексте // Новые исследования Тувы. – 2022. – № 4. – С. 89–105.
8. *Искужина Н.Г.* Языковая ситуация в республике Башкортостан на современном этапе // Вестник ЧелГУ. – 2013. – № 16 (307). – С. 60–64.
9. *Киньябулатов И.Ф., Мухтаров Т.Г.* Анализ языковой ситуации в Республике Башкортостан. – Уфа, 2018. – С. 1–21.
10. *Курманбек Е.Д., Ибраева Ж.К.* Языковые предпочтения как результат языковой социализации // Филология сериясы. – 2019. – № 4 (176). – С. 130–136.
11. *Pearson S.W., Garvin S.W, Ford S.E. Balluz S.L.* Analysis of five-year trends in self-reported language preference and issues of item non-response among Hispanic persons in a large cross-sectional health survey: implications for the measurement of an ethnic minority population // Pearson et al. Population Health Metrics. – 2010. – Volume 8. Issue 7. – P. 1–7.
12. *Хилханова Э.В.* Социолингвистическая концептуализация понятий языковое сознание и языковые установки в аспекте двуязычия // Вопросы психолингвистики. – 2017. – № 3 (33). – С. 142–155.
13. *Хрыкин А.А.* Язык: концепция языка в «социологии знания» // Сумма философии. Вып. 2. – Екатеринбург: Изд-во Уралальского университета, 2005. – С. 77–80.
14. *Bourdieu P.* Language and symbolic power. – Harvard university press, 1991. – 292 p.
15. *Kramsch C.* Language and culture. – Oxford University Press, 1996. – 81 p.
16. *Spolsky B.* Language policy. – Cambridge university press, 2004. – 2165 p.

ДЕМОНСТРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ МОЛОДЕЖИ КАК ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Свешникова Полина Сергеевна

Ярославский государственный университет имени П.Г. Демидова, Ярославль, Россия

Аннотация. В статье описано понятие демонстративного потребления, а также, кто изучали данное понятие. Проведен обзор исследований зарубежных и отечественных ученых

на тему демонстративного потребления. Представлены результаты авторского исследования по демонстративному потреблению молодежи.

Ключевые слова: демонстративное потребление, молодежь, социальный статус.

Актуальность исследования темы. Исследование демонстративного потребления молодежи является актуальным в настоящее время, поскольку это явление становится все более распространенным среди молодых людей. Молодежь является одной из наиболее активных групп потребителей, и она часто использует потребление для выражения своей идентичности и принадлежности к определенным социальным группам. Однако демонстративное потребление может привести к финансовым проблемам и долгам, особенно если молодые люди не имеют достаточного уровня финансовой грамотности.

Социальные медиа также играют значительную роль в жизни молодежи, и именно там проявляется демонстративное потребление. Молодые люди стремятся показать свою успешность и статус, выкладывая фотографии и видео с дорогими вещами, автомобилями и путешествиями. Исследование этого явления поможет понять, как социальные медиа влияют на ценности и поведение молодежи. Также демонстративное потребление может быть связано с психологическими потребностями, такими как стремление к признанию, самоутверждению и принадлежности к определенной социальной группе. Изучение этого явления поможет выявить корни такого поведения и предложить способы его коррекции.

Кроме того, демонстративное потребление может привести к изменению ценностей и норм поведения в обществе, что может сказаться на качестве жизни и социальной гармонии. Изучение этого явления позволит определить его влияние на культуру и общество, а также разработать стратегии для снижения негативных последствий.

В целом, исследование демонстративного потребления молодежи в современном обществе актуально, так как оно позволяет выявить причины и последствия этого явления, а также разработать меры по его коррекции и снижению негативного влияния на экономику, экологию и социальную сферу.

Теоретические аспекты понятия «демонстративное потребление». Основы изучения потребления были заложены в работах американского экономиста Т. Веблена и немецкого социолога М. Вебера в начале 20 века. Т. Веблен в своей работе «Теория праздного класса» (1899 год) анализировал, как потребление стало способом выражения социального статуса и престижа, а также как это влияет на экономику и общество в целом. А демонстративное потребление Т. Веблен определяет как способ доказательства обладания богатством, а так же как средство демонстрации социального статуса и поддержания репутации путем потребления дорогостоящих товаров [1]. М. Вебер в своих работах «Протестантская этика и дух капитализма» (1905 год) анализировал, как религия, культура и социальные институты влияют на потребление и экономику [2]. Эти работы стали основой для дальнейшего изучения потребления и его влияния на общество и экономику.

Обращаясь к теории «общества потребления» необходимо отметить и вклад З. Баумана. Он анализировал, как потребление стало неотъемлемой частью современной культуры и общества, и как это влияет на жизнь и взаимоотношения с другими людьми [3]. Бауман считал, что потребление стало не только способом удовлетворения потребностей людей, но и способом выражения личности и социального статуса. Ж. Бодрийяр также отмечал, что потребительская культура оказывает влияние на поведение индивидов, представления о жизни и обществе в целом [4]. Он утверждал, что современное общество сфокусировалось на потреблении и потребительской культуре, и что люди постоянно находятся в поиске удовольствий и новых вещей для потребления. Г. Маркузе отмечал, что в условиях потребительского общества, люди оказываются ограниченными и заторможенными в своем мышлении и поведении, поскольку они постоянно подвергаются влиянию средств массовой информации и идеологии потребления [5].

Таким образом, как отмечают Е.А. Сергодеева и Е.Ю. Мищенко, представители концепции «общества потребления» считают, что потребитель подвержен многочисленным ма-

нипуляциям со стороны крупных компаний и СМИ, его поведение нерационально и продиктовано различными маркетинговыми приемами и навязанными потребностями [6].

Демонстративное потребление было изучено многими учеными и исследователями в разных областях, таких как экономика, социология, психология и маркетинг, среди них П. Бурдье, В. Зелизер, Д. Шор. Так, П. Бурдье разработал концепцию «символического капитала» для объяснения того, как потребители используют демонстративное потребление для усиления своего социального статуса. Он утверждал, что потребители стремятся накапливать символический капитал, покупая товары и услуги, которые отражают их социальное положение и культурный вкус [7]. В. Зелизер исследовала различные аспекты социального значения денег и того, как потребители используют демонстративное потребление для создания и поддержания социальных связей, а также для выражения своей идентичности и принадлежности к определенным социальным группам [8]. Д. Шор утверждала, что демонстративное потребление стало все более распространенным из-за роста рекламы, медиа и кредитования, которые стимулируют потребителей к постоянному сравнению и конкуренции [9]. Так же она исследовала влияние потребительской культуры на поведение людей и то, как социальные и экономические факторы способствуют увеличению демонстративного потребления.

Х. Лейбенстайн описал три базовых эффекта демонстративного потребления, которые объясняют действия людей и оказывают серьезное влияние на спрос [10]. Один из них – эффект Веблена – это явление, при котором увеличение стоимости товара или услуги приводит к увеличению спроса на них благодаря тому, что они становятся еще более желательными как знак статуса и престижа. Этот эффект связан с демонстративным потреблением, поскольку люди, стремящиеся показать свой социальный статус, часто предпочитают потреблять дорогие и эксклюзивные товары, которые считаются более престижными. Например, золотые часы или машины, дизайнерская одежда, роскошные автомобили и т. д. Люди, которые стремятся продемонстрировать свой статус, часто готовы переплатить за такие товары. Таким образом, эффект Веблена является одной из ключевых идей теории демонстративного потребления и объясняет, почему люди иногда более предпочитают дорогие и эксклюзивные товары, даже если они не имеют практической ценности.

Второй из эффектов – эффект сноба, который проявляется в том, что некоторые потребители могут отказаться от приобретения товаров или услуг, которые стали слишком популярными или доступными для широкой аудитории, поскольку они больше не могут быть использованы для демонстрации высокого социального статуса. Например, некоторые люди могут отказаться от покупки модных брендовых товаров, которые ранее были предметом демонстративного потребления, но сейчас становятся доступными для широкой аудитории. Таким образом, эффект сноба при демонстративном потреблении представляет собой стремление некоторых потребителей к отказу от товаров, которые стали чрезмерно популярными и доступными, в пользу более редких и эксклюзивных товаров, которые могут продемонстрировать их высокий социальный статус и престиж.

И третий, это эффект присоединения к большинству, который связан с тем, что люди могут склоняться к выбору тех товаров или услуг, которые пользуются большим спросом в обществе, потому что они хотят присоединиться к большинству и быть в тренде. Например, если некоторый продукт пользуется большой популярностью среди молодежи, то другие потребители могут приобрести его, чтобы присоединиться к этой группе и быть модными. Этот эффект усиливается в тех случаях, когда популярность товара или услуги повышается благодаря рекламе и маркетингу, и когда социальные сети влияют на выбор покупателей, с помощью лайков, репостов и т.д. Таким образом, этот эффект также является примером демонстративного потребления, и в данном случае человек демонстрирует свою причастность к чему-либо.

Опыт исследования демонстративного потребления. В прикладных исследованиях также рассматриваются различные аспекты демонстративного потребления. Некоторые исследователи изучают влияние социальных сетей на такое потребление. Так, результаты одно-

го из исследований показывают, что предметы роскоши по-прежнему являются наиболее важным средством демонстрации статуса, а индивидуальные особенности самореализации и материализма влияют на восприятие статуса в зависимости от размещаемого контента [11].

Другая группа исследователей изучают черты характера, влияющие на демонстративное потребление молодых людей. Например, корреляционный анализ в исследовании С. Хана и Р. Халида показал, что между нарциссизмом и демонстративным потреблением существует значительная положительная связь [12].

Также проводятся исследования на тему влияния культуры и религиозности на демонстративное потребление. Согласно результатам одного из исследований, в богатых исламских странах Ближнего Востока существует большой спрос на предметы роскоши, что говорит о существовании положительной связи между религиозностью и демонстративным потреблением [13].

В России проводилось исследование на выявление потребительского поведения в сфере моды. По результатам, с одной стороны, молодежь использует моду в качестве инструмента, позволяющего повысить социальный статус, наладить социальные контакты, а другой стороны, молодежь достаточно равнодушно относится к модным вещам: она рационализирует свои покупки, не пытаясь достичь идеалов и моды своих кумиров [14].

Касательно форм демонстративного потребления выявлено, что молодежь, в основном, склонна демонстративно потреблять одежду, аксессуары, мобильные телефоны определенных брендов, а также различные виды досуга [15].

Описание результатов авторского социологического исследования. Для определения факторов и составляющих демонстративного потребления, средств демонстрации статуса в 2022 году было проведено авторское пилотажное социологическое исследование методом анкетирования. В нем приняли участие 30 респондентов в возрасте от 18 до 35 лет. По результатам, было определено, что 43 % респондента тратят свои деньги импульсивно, на что хотят.

По мнению респондентов, молодежь чаще всего демонстрирует свой статус с помощью одежды и обуви, купленной у известных брендов (88,9 %), смартфонов и гаджетов (77,8 %). Так же опрашиваемые указали автомобиль (59,3 %), пользование такси (25,9 %), посещение кафе/ресторанов (14,8 %), квартира (3,7 %).

Замечают разницу между престижным и непрестижными вещами и образом жизни 29,6 % респондентов, иногда видят эту разницу 59,3 %, и не замечают разницу в вещах и образе жизни 11,1 % опрошенных.

Большинство респондентов к демонстративному потреблению относят брендовые товары (66,7 %) и дорогие покупки (48,1 %). Полученные ответы позволяют сделать вывод, что демонстративному потреблению молодежи соответствует эффект Веблена, при котором люди, стремящиеся показать свой социальный статус, часто предпочитают потреблять дорогие и эксклюзивные товары, которые считаются более престижными.

Для решения задачи о выявлении факторов демонстративного потребления были проанализирован вопрос «Для чего представители молодежи пользуются демонстративным потреблением?». Большинство опрошенных (77,8 %) выбрали вариант «чтобы выделиться», 44,4 % – «чтобы быть похожим на кого-либо», 37 % – «чтобы быть лучше всех», 11,1 % – «чтобы иметь оригинальный стиль». А основную причину демонстративного поведения молодежи больше половины респондентов (59,3 %) видят в развитии рекламы и СМИ, 22,2 % отмечают создание товаров на любой «вкус и цвет» потребителя, 14,8 % – научно-технический прогресс, 3,7 % – слабо развитую финансовую грамотность. Таким образом, основным внешним фактором демонстративного поведения является развитие рекламы и СМИ, а внутренним – желание выделиться в обществе.

Большинство респондентов (96,3 %) считают, что в большей степени или частично оказывается влияние на демонстративное потребление молодежи. Основное воздействие оказывают знаменитости и блогеры, диктующие моду (88,5 %), так же больше половины респондентов отметили СМИ (65,4 %) и друзей/ знакомых (53,8 %). Меньшее влияние, по мне-

нию опрошенных, обеспечивают сами бренды (34,6 %), учебное заведение (7,7 %) и семья (3,8 %).

Среди каналов, через которые может происходить формирование вкуса потребителя, больше половины респондентов отметили социальные сети/журналы (77,8 %), реклама (66,7 %), показы брендов/презентация новой техники и гаджетов (59,3 %). Так же отметили, общение в близком окружении (44,4 %) и фильмы/сериалы (33,3 %).

Таким образом, обобщая результаты исследования, можно сделать вывод, что демонстративное потребление является распространённым явлением среди молодежи и используется в основном как способ выделиться в обществе. Основными составляющими демонстративного потребления являются брендовая одежда и обувь, а также смартфоны и гаджеты.

Заключение и рекомендации. Из всего вышеизложенного следует, что демонстративное потребление молодежи является актуальной проблемой современного общества, которая затрагивает различные аспекты жизни, включая психологические, экономические, экологические и культурные. Это явление, усиленное влиянием социальных медиа, может привести к негативным последствиям, таким как нерациональное использование ресурсов и изменение ценностей и норм поведения в обществе.

Поэтому, для улучшения ситуации и снижения негативного влияния демонстративного потребления молодежи необходимо внедрение образовательных программ, направленных на формирование экономической и экологической грамотности, а также развитие критического мышления и навыков принятия обоснованных решений в отношении потребления. Родители должны обсуждать с детьми вопросы потребления, демонстрировать разумный подход к выбору товаров и услуг, а также поддерживать развитие навыков самооценки и самоуважения.

Еще одной рекомендацией будет усиление контроля над рекламными материалами, которые могут способствовать демонстративному потреблению, включая ограничение агрессивной рекламы и продвижения нерационального потребления. А также важным является развитие и поддержка инициатив, направленных на продвижение устойчивого потребления, таких как местные проекты по обмену и повторному использованию товаров, а также информационные кампании о важности экологически ответственного поведения.

Применение данных рекомендаций позволит снизить негативное влияние демонстративного потребления на молодые поколения, способствуя формированию более устойчивых и гармоничных отношений между людьми и окружающей средой.

Литература

1. Веблен Т. Теория праздного класса / пер. с англ. С.Г. Сорокиной. – М.: Прогресс, 1984. – 367 с.
2. Вебер М. Избранные произведения / пер. с нем., сост., общ. ред. Ю.Н. Давыдова; предисл. П.П. Гайденко. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
3. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества / пер. с англ. – М.: Издательство «Весь Мир», 2004. – 188 с.
4. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. – М.: Республика; Культурная революция, 2006. – 269 с.
5. Маркузе Г. Одномерный человек. – М.: «REFL-book», 1994. – 368 с.
6. Сергодеева Е.А., Мищенко Е.Ю. Теории общества потребления в современной философии // Гуманитарные и юридические исследования. – 2014. – № 4. – С. 149–153.
7. Бурдьё П. Различение: социальная критика суждения / пер. с фр. О.И. Кирчик. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004. – 680 с.
8. Зелизер В. Социальное значение денег. Деньги на булавки, чеки, пособия по бедности и другие денежные единицы. – М.: Дом интеллектуальной книги, Издательский дом ВШЭ, 2004. – 283 с.
9. Schor J. The Overworked American: the unexpected decline of leisure. – New York: Basic Books, 1991. – 272 p.

10. Leibenstein H.B. Snob and veblen effects in the theory of consumers` demand // The quarterly journal of Economics. – 1950. – Volume 64. – Issue 2. – P. 183–207.
11. Siepman C., Holthoff L.C., Kowalczyk P. Conspicuous consumption of luxury experiences: an experimental investigation of status perceptions on social media // Journal of product & brand management. – 2022 – Volume 31. – Issue 3. – P. 454–468.
12. Khan S., Khalid R. Narcissism, Personality traits and conspicuous consumption of brand in youth // European Journal of Behavioral Sciences. – 2020. – 2(3). – P. 20–28.
13. Ramazani A., Kermani M. Spiritualism versus materialism: can religiosity reduce conspicuous consumption? // Journal of Islamic Marketing. – 2022 – Volume 13. – Issue 8. – P. 1639–1655.
14. Грунт Е.В. Потребительское поведение молодежи при выборе модной одежды / Е.В. Грунт, А.И. Мухутдинова // Известия Уральского федерального университета. Серия 3: Общественные науки. – 2017. – Т. 12. – № 1 (161). – С. 26–38.
15. Цимерман Ю.А. Демонстративное потребление в современном обществе (институциональный анализ): автореф. дис. ... канд. экон. наук / Ю.А. Цимерман. – Москва, 2007. – 24 с.

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ ЛЮДЕЙ С ДИАГНОЗОМ АНОРЕКСИЯ

Соколова Екатерина Алексеевна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические подходы к изучению анорексии, организации и интернет-комьюнити, оказывающие помощь людям с анорексией, социальные особенности расстройства среди мужчин и влияние диагноза на общественную жизнь. А также подробно описываются отношения с едой и оценки внешности, оказывающие влияние на взаимоотношения людей с анорексией, как между собой, так и с другими членами общества.

Ключевые слова: анорексия, комьюнити людей с анорексией, общественная оценка фигуры, влияние анорексии на социальную жизнь.

Анорексия – один из наиболее распространенных видов расстройств пищевого поведения, психическое заболевание, характеризующееся полным или частичным отказом от приемов пищи. На данный момент, анорексия считается предметом изучения как психиатрии и медицины, так и социологии. А точнее таких отраслей социологии, как социология здоровья и социология медицины.

В первую очередь необходимо упомянуть классиков социологии, таких как Э. Дюркгейм, Т. Парсонс и Э. Фрейдсон, заложивших основу для формирования новых направлений в социологии – социологии здоровья и социологии медицины. Их идеи в последствие были развиты современными отечественными социологами в области социологии здоровья, одним из которых является И. В. Журавлева [1], которая рассматривает феномен «отношения к здоровью». А также учеными в области социологии медицины, такими как К.Н. Хабибуллин и А.В. Решетников.

К.Н. Хабибуллин [2] считает, что на отношение к здоровью влияет множество различных факторов: экономических, географических, этнических, конфессиональных. При изучении медицины, социологам важно учитывать эти характеристики, также как характер социальной структуры и условия социальной адаптации.

А.В. Решетников [3] анализирует исторические аспекты развития социологии медицины. Он связывает усиление влияния социологии медицины с изменением социальной парадигмы здравоохранения. По его мнению, фокус изучения социологии медицины постепенно сместился с патологий на экономические, социальные и политические модели медицины и здравоохранения.

Анорексию делает объектом своего теоретического анализа отечественный социолог С.М. Бардина в своей статье «Взгляд, тело и социальное взаимодействие: проблема искаженного восприятия собственного тела при анорексии» [4]. Автор критикует тех, кто исследует проблему либо только с точки зрения индивидуальных причин (нарушения психического или физического характера), либо с точки зрения социальных факторов (культура, стандарты красоты). Бардина считает, что это противоречие помогает разрешить феноменологическая модель изучения анорексии, которая описывает как опыт самого пациента, так и восприятие своего тела через призму взгляда другого. Этот подход основывается на идее Ж.-П. Сартра, в которой выделяются различные измерения тела бытия: тело на уровне бытия-для-себя, тело-для-других и тело бытие-здесь-для-другого. Первое из них – физическое существование тела в мире, второе измерение – тело как объект внешнего мира, третье – ощущение своего тела через взгляд другого. Таким образом, Сартр смещает социальное в сторону взаимного присутствия в пространстве.

Если обратиться к социологической энциклопедии [5], то можно найти следующее определение расстройству: анорексия – это психическое заболевание, выражающееся в навязчивом стремлении снизить вес при помощи диет либо полного отказа от еды. К последствиям расстройства относятся: снижение массы тела более чем на 15 % от нормальных показателей, искажение образа тела, появление новых диагнозов (нарушения в работе эндокринной системы, гормональная дисфункция, аменорея и др.), а в некоторых случаях даже летальный исход.

Отечественные эмпирические исследования посвящены, в основном вопросам питания населения. В таких обследованиях к числу заболеваний, связанных с питанием, расстройства пищевого поведения, не говоря уже об анорексии, не относят. Так, например, в статистическом сборнике Росстата [6] рассматриваются такие болезни как диабет, проблемы с желудочно-кишечным трактом, анемия, аллергические реакции на отдельные продукты и др. Расстройства пищевого поведения нельзя отнести ни к одной из этих категорий заболеваний.

В ходе авторского эмпирического исследования, которое проводилось по качественной стратегии и включало в себя серию полуформализованных интервью с 5 девушками и 2 юношами с диагностированной анорексией, были получены следующие данные.

Большинство информантов знали про анорексию до того как столкнулись с ней лично. Однако это знание было поверхностным: *«Узнала я об анорексии, только когда столкнулась с ней лично. А до того как столкнулась, знала только то, что она существует. Знаете там, смотрела “Пусть говорят” в детстве с бабушкой, с дедушкой про анорексию. И все... Не могла отличить это от дистрофии. То есть для меня это тоже самое было. То есть человек худой из-за того что у него анорексия. У меня такое представление было»* (Информант 3, женщина, 19 лет).

Так как по статистике [7] соотношение людей, страдающих от анорексии, по половому признаку составляет 2:1 (у женщин анорексию обнаруживают чаще), мы постарались сохранить это значение в нашем исследовании. Рекрутинг информантов проводился в закрытом сообществе в социальной сети «ВКонтакте». Важными критериями отбора являлись возраст (от 18 до 35 лет), пол и сам факт диагноза. Трудности рекрутинга были вызваны тем, что анорексия диагностирована, преимущественно, у несовершеннолетних членов данного общества, а мужская часть скрывается за фальшивыми аккаунтами. Мужская анорексия, по мнению автора статьи, обусловлена рядом особенностей, связанных с воспитанием, и требует дальнейшего рассмотрения.

Тот факт, что анорексии в большей степени подвержены именно женщины, часто интерпретируется неправильно, что способствует формированию ряда стереотипов. Информантам был задан вопрос: «Существует мнение, что анорексия – это "чисто женское заболевание". Вы с ним согласны?». Абсолютно все опрошенные ответили, что не согласны с данным утверждением. Большинство девушек рассказали о том, что были знакомы с юношами, у которых диагностирована анорексия, когда проходили лечение. А информанты юноши объяснили, почему такое мнение может существовать: *«Этот стереотип держится на том, что мужчины в принципе не говорят о своих проблемах. Мальчики из-за анорексии уходят боль-*

*ше в качалку какую-нибудь. Я вот в качалку не ушел. А просто, кто-то, если они хотят худеть, мальчишки, они уходят в качалку и у них это, оно как-то само проходит. Я не знаю б****, как они это делают, но они просто идут в качалку, нормально кушают и все. И все у них исчезает, то есть и анорексия, и лишний вес и вообще боязнь чего либо, и они становятся такими гипер-качками, и им вообще сладенько живется»* (Информант 7, мужчина, 18 лет).

Нам было интересно узнать, какие именно организации оказывают помощь людям с анорексией, и есть ли возможность получить ее анонимно. Информанты обращались за помощью, в основном, в Психоневрологические диспансеры и психиатрические больницы. При чем, лишь 1 информант из 7 получил лечение сам, остальные поступали в организации по инициативе родственников. Многие информанты, отмечают, что найти своего психолога, который действительно сможет помочь, довольно трудно: *«Найти хорошего психолога, психиатра, как найти лучшего друга»* (Информант 2, женщина, 20 лет). Существуют анонимные круги людей с анорексией, про которые также слышал только один из информантов, однако участие в них никогда не принимал: *«Существуют даже анонимные клубы поддержки. Я искала даже эту информацию в Интернете, было дело. Но, а так я знаю, есть центры разные, ну клиники, платные, в основном, поэтому не всем удается выбраться из этого»* (Информант 6, женщина, 25 лет).

Несмотря на существующие центры, основную поддержку информанты получают в так называемом комьюнити, людей с анорексией. Под ними понимаются различные форумы, группы и беседы в социальных сетях. В них информанты заводят знакомства: *«в тематических группах в социальных сетях часто можно найти внимание. Даже можно назвать некоторых хорошими знакомыми»* (Информант 2, женщина, 20 лет). Однако некоторые информанты негативно к нему относятся: *«Ну, вот в Интернете в «Вконтакте» как раз самый пик моды был в 2013–2014 году, хотя это все еще раньше появилось. Но вот, всякие паблики завлекали именно тогда. Мой первый паблик был, назывался «Психология анорексии», вот. Например, как многие в «Типичных анорексичках» сидели... паблики, я никогда в них не сидела. Мне не нравилась информация, которая там предоставляется»* (Информант 6, женщина, 25 лет).

Популярность таких сообществ информанты связывают с тем, что людей с анорексией лучше понимают те, кто сам через это прошел: *«Потому что человек, грубо говоря, сидит в той же яме, что и я, и понимает меня, настолько, насколько я себя даже не понимаю (смеется), скорее всего»* (Информант 6, женщина, 25 лет). Некоторые из них сравнивают анорексию с различными зависимостями: *«Человек, который не страдал от наркотической или алкогольной зависимости, он никогда не поймет наркомана или алкоголика там. И наркомания, и анорексия, это, мне кажется, очень близкие вещи. И то и то зависимость. В одном случае фиксация на какие-то вот вещества, а в другом случае – на еде и на тех эмоциях, которые ты ощущаешь, когда ограничиваешь себя или когда, наоборот, собственноручно переадаешь и ощущаешь себя»* (Информант 4, женщина, 19 лет).

Еще один важный вопрос, требующий тщательного рассмотрения – общественная оценка фигуры, как до развития болезни, так и во время рецидивов (в период активного развития анорексии). Информанты нередко встречались как с положительными, так и с негативными комментариями. При чем, субъектами оценки могут выступать и родители: *«Она [мама] говорила, что у меня большие ляжки и живот выпирает как у беременной, но она говорила это в шутку. То есть она, может быть, и не хотела меня обидеть, делала это неосознанно»* (Информант 7, мужчина, 18 лет).

И другие родственники: *«Это помню, говорил дедушка, например, мне что: «Вот, ты главное сильно не наедайся, а то мальчишкам не будешь нравиться» (пародирует) или вот в какой-то период 13–14 лет почему-то у меня были большие щеки, меня это не напрягало, напрягало почему-то бабушку с дедушкой, они говорили, что: «Вот, наверное, там сладкого много ешь, или булочки всякие, печеньки»»* (пародирует) (Информант 5, женщина, 19 лет).

Большинство информантов отметило, что школа является основным источником агрессии. Именно здесь, фигура информантов подвергалась наибольшему количеству оценочных суждений, как со стороны других учеников: *«В классе 8, меня буллили мои одноклассники,*

но не все, между прочим. Там было два отбитых чувака, которые говорили: «Ты такой толстый, ты такой большой» и вот это вот все. И я помню как в 3 классе, я учился в другой школе и меня ждали «старшаки» (старшеклассники) около школы. Около входа в школу с колонкой вот этой вот портативной, беспроводной. Ждали меня пока я приду и ... Эм... б****, когда я пришел, включили песню «Эй, толстый» вот эту вот. Вот эту вот хрень» (Информант 7, мужчина, 18 лет).

Так и со стороны преподавателей: «Там была какое-то вот неосторожное слово со стороны учительницы, когда я на перемене с подружкой сидела и ела какие-то типа булочки или что-то было, она сказала что-то вроде: «Опять ты ешь» или там типо: «Что ты ешь? Хватит есть» что-то такое вот. И это как бы стало новым толчком и вот, тогда уже начался новый самый тяжелый период. Мне страшно, потому что такое ощущение, как будто если я начну есть, если я начну нормально... Мир взорвется, и я опять там потолстею и все, все перестанут меня любить, и я останусь одна» (Информант 4, женщина, 19 лет).

У большинства информантов, любые, как положительные, так и отрицательные комментарии в сторону внешности или фигуры вызывают негативную реакцию: «очень болезненно, я испытывала чувство тревоги, в первую очередь. Потом испытывала чувство гнева, потому что ну...мне не нравится, когда оценивают вообще фигуру и что-то такое, не знаю... личное качество. Конечно, это у меня всегда вызывало ярость и гнев и если мне что-то говорили, при этом мое лицо менялось настолько, что видно было что вот-вот взорвусь» (Информант 6, женщина, 25 лет).

Некоторые информанты считают, что людям с расстройствами пищевого поведения свойственны перфекционизм и стремление к идеалу, самосовершенствованию. Наиболее явно он проявляется во время рецидивов: «Мне важно чтобы цифра на весах была ровной, либо по десяткам, либо по пятеркам. Чтобы были только килограммы, и не было грамм. Ровно 45, ровно 30. И тоже самое с рулеткой. Важно чтобы были цифры 5 и 10» (Информант 1, мужчина, 18 лет).

Однако он может отражаться и на отношениях с другими людьми: «Дело в том, что в 9 классе, так получилось, что все мои близкие друзья, люди, среди которых я чувствовала комфортно, свободно, самой собой. И... ну, людьми, с которыми было, правда хорошо, они ушли в колледжи. И я осталась в 11 классе, считай, одна и так как был новый коллектив, я решила, что мне нужно как-то себя показывать с хорошей стороны. Учебы на отлично, мне было недостаточно, и я решила, что нужно быть лучшей еще и в плане фигуры, веса» (Информант 5, женщина, 19 лет).

Мы решили узнать у информантов, как помочь человеку с анорексией. По мнению информантов, прежде всего, нужно просто обсудить эту тему: «Выстроить доверительные отношения, не делать ничего насильно» (Информант 2, женщина, 20 лет). А следующие фразы лучше не говорить: «Заканчивай заниматься глупостями», «Возьми себя в руки», «Что ты там себе напридумывала?» (Информант 2, женщина, 20 лет).

Отношения с едой могут оказывать влияние на отношения с другими людьми. Большинство информантов очень любят готовить: «Люблю готовить. Но в остальных случаях еду избегаю» (Информант 2, женщина, 20 лет).

Однако сами они не едят то, что приготовили. Информантам свойственны элементы фидеризма (желания накормить другого человека): «Я готовил еду, но не ел. Я, ну, то есть, не для себя, для мамы, например, для друзей. Друзей звал в гости... И вот, они кушали, а сам я говорил, что мне просто не нравится то, что я приготовил. Я обманывал просто, я говорил, что мне не нравится то, что я приготовил, это вообще ужасно, если не хотите кушать, то я просто это выкину» (Информант 7, мужчина, 18 лет). Нередко информанты выбирают еду в качестве подарка. Кормление выступает в качестве проявления любви.

Некоторые информанты часто ходят по магазинам, изучают составы продуктов и тем самым, представляя их вкус, чувствуют насыщение: «Наоборот, я постоянно, каждый день ходила в миллиард магазинов... Я могла проходить по нему, там, час, по одному магазину,

потом, там, 20 минут в другом магазине, потом 20 минут в третьем магазине. Вот. Я постоянно там ходила, смотрела на еду (смеется) и все. Потом, там, покупала, не знаю, там колу без сахара, грубо говоря. Вот, и шла в следующий, в следующий и покупала там творожок обезжиренный» (Информант 4, женщина, 19 лет).

А вот места общественного питания люди с анорексией избегают: «в кафе рестораны не ходила...» (Информант 5, женщина, 19 лет). Если же все-таки посещают, то ничего не едят: «Но при этом я могла сходить, допустим, ну не знаю там, в Макдональдс с друзьями, сидеть просто, пить колу без сахара. То есть для меня это было нормально» (Информант 3, женщина, 19 лет).

Информанты не любят есть на людях, так как это часто вызывает негативные комментарии: «Я редко ем с кем-то, но если ем, то комментарии по типу: «Порция как у котенка», «Положи себе побольше», «Зачем ты опять ограничиваешь?»» (Информант 1, мужчина, 18 лет); «но, когда видели, что я, например, на перекус брала яблоко или еще что-то из фруктов, мне говорили: «Ааа, анорексичка сидит, хахахаха» (пародирует). То есть насмешки были» (Информант 6, женщина, 25 лет).

Анорексия оказала влияние не только на взаимоотношения информантов с их знакомыми, друзьями, родственниками, но и на выбор профессии (2 информантов – студенты, получающие медицинское образование) или даже на творчество: «О, я ещё понял, что, наверное, важно, что анорексия очень сильно сказывается на творчестве. Очень много посвящаю картин еде и ещё больше худобе» (Информант 1, мужчина, 18 лет).

Таким образом, нами были проанализированы основные теоретические концепции изучения анорексии, а также рассмотрены отечественные эмпирические исследования. На основе результатов серии интервью, были сделаны следующие выводы.

Во-первых, анорексия встречается не только среди женщин, но и у мужчин. Она характеризуется особенностями воспитания мужчин, которые отражают частоту обращения за помощью.

Во-вторых, существуют множество организаций, оказывающих помощь людям анорексией, самые распространённые из них – Психоневрологические диспансеры «ПНД» и психиатрические больницы. Однако информантам ближе поддержка интернет-комьюнити.

В-третьих, информанты встречались как с негативным, так и с положительными комментариями в сторону их внешности и фигуры.

В-четвёртых, информанты не избегают еду, напротив, очень любят готовить, смотреть контент, связанный с едой, гулять по продуктовым магазинам. Однако не посещают места общественного питания, что может оказывать влияние на их социальную жизнь.

Литература

1. Журавлева И.В. Отношение к здоровью индивида и общества // Ин-т социологии РАН. – М.: Наука, 2006. – 238 с.
2. Хабибуллин К.Н. Медицинская социология: учеб. пособие. – СПб: Изд-во Санкт-Петербургского университета, 2000. – 110 с.
3. Решетников А.В. Социология медицины. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2014. – 864 с.
4. Бардина С.М. Взгляд, тело и социальное взаимодействие: проблема искаженного восприятия собственного тела при анорексии // Социология власти. – 2016. – № 1. – С. 35–55.
5. Официальный сайт «Федеральная служба государственной статистики». – URL: https://www.gks.ru/free_doc/new_site/food18/index.html (дата обращения: 24.04.2023).
6. Грицанов А.А. Социология: энциклопедия / сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. – М.: Книжный Дом, 2003. – 1312 с.
7. Официальный сайт «The President and Fellows of Harvard College». – URL: <https://www.hsph.harvard.edu/striped/report-economic-costs-of-eating-disorders/> (дата обращения: 24.04.2023).

ПРОБЛЕМАТИКА ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЖИЗНЕННОГО ПРОСТРАНСТВА СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Соловарова Юлия Николаевна

Казанский национальный исследовательский технологический университет, Казань, Россия

Аннотация. Важным условием формирования демографической безопасности в контексте цифровизации жизненного пространства современной российской студенческой молодежи является осознание главных демографических рисков. Оставаясь неосознанными, эти демографические риски в совокупности будут равносильны объявлению «демографической войны», направленной на уничтожение человека. В основе формирования ключевых аспектов демографической безопасности лежит система образования, которая призвана изменить отношение к человеку, его сохранению как ценности, а не продолжать путь развития человека, как «совершенной» искусственной системы.

Ключевые слова: Демографическая безопасность, демографические риски, демография, семья, российская студенческая молодежь, социология безопасности.

Социально-демографический смысл демографической безопасности заключается в борьбе за сохранение человечности в человеке. Обсуждение и контроль таких вопросов воспроизводства населения, как вопросы рождаемости, смертности, миграции, численности населения – суть демографической безопасности в условиях цифровизации жизненного пространства.

В основе формирования ключевых аспектов демографической безопасности лежит система образования, так как именно она закладывает баланс индивидуального и социального в индивиде – то, что человек отдает обществу и то, что общество в него вкладывает. Такой баланс – основа личного и общественного равновесия.

Одной из важнейших позитивных возможностей обсуждения вопросов и проблем демографической безопасности со студенческой молодежью является введение в учебные планы дисциплины «Демография». Она вносит неоценимый вклад во все аспекты демографической безопасности, ставит ключевые вопросы о воспроизводстве и численности населения. К примеру, проблематизирует тот факт, что в ноябре 2022 года численность населения мира достигла 8 миллиардов человек, при этом происходит сокращение численности населения большинства стран мира [1]. Является ли проблемой для человечества популяризация концепции «золотого миллиарда»? Возникающие демографические риски имеют не биологическую природу, а выражают социальную позицию в рамках теории демографического перехода [2]. На фоне растущей цифровизации жизненного пространства людей и суженного типа воспроизводства многих стран происходит увольнение людей, лишения их жизненных сил в пользу искусственного интеллекта. Отчуждение персональных социально-демографических данных от человека, которые становятся предметом купли и продажи с целью управления общественным пространством.

Таким образом, уникальность дисциплины «Демография» в том, что, при формировании навыков демографического анализа социально-экономических процессов, в рамках дисциплины «Демография» существенным образом затрагиваются и все ключевые жизненные процессы индивида: брачность, разводимость, миграция, рождаемость. Роль преподавателя в этой дисциплине огромна, он имеет возможность, в некоторой степени, влиять на формирование демографического поведения студенческой молодежи.

В данном контексте на первый план выходят не только предметно-специализированные (профессиональные), а и общекультурные компетенции, которые и обеспечивают возможность гибких стратегий человека (образовательных, профессиональных, личных, социальных) в условиях быстро изменяющейся среды. Именно общекультурные компетенции, обеспечивающие нормальную жизнедеятельность человека в социуме на протяжении всей жизни,

выступают опосредующим фактором формирования новой установки в сознании человека труда – готовности к постоянным изменениям, в том числе на образовательном уровне, в течение всей жизни.

Цифровизация жизненного пространства современной студенческой молодежи влияет на изменение схем и основ взаимодействия студента с информацией в целом. Обучение идет преимущественно на кейсах из интернет-пространства, подготовка исследовательских работ ведется с использованием искусственного интеллекта.

Обсуждать со студентами демографические мифы и риски возможно используя инновационные подходы к обучению в цифровой образовательной среде.

Например, приложения для аватаров с искусственным интеллектом становятся все более популярными в жизненном пространстве студенческой молодежи. Они позволяют пользователям создавать свои персонализированные трехмерные аватары и генерировать аватары, очень похожие на внешний вид и личность пользователя. Использовать такие аватары можно в различных контекстах, в том числе и для онлайн-обучения.

К примеру, работа автора по формированию нравственных качеств студентов, социальной ответственности, позитивного демографического поведения (репродуктивного, самосохранительного, миграционного, семейно-брачного) заключалась в создании аватара преподавателя, что позитивно отразилось на интересе к дисциплине «Демография», в целом и решило некоторые задачи связанные с нравственным выбором. Ключевые демографические процессы – рождаемость, смертность, миграция, брачность, разводимость – имеют свое выражение в основных видах демографического поведения: репродуктивном поведении, самосохранительном поведении, миграционном поведении, матримониальном поведении [3]. По конкретному виду демографического поведения автором работы был составлен один кейс для группового решения, несущий в себе нравственно-воспитательный аспект, вместе с профессионально-образовательным. Плюс ко всему, крайне важным считается преодоление субъект-объектных взаимодействий в координатах курса и создания режима взаимообучения между всеми участниками процесса, что выражается в групповом характере работы. Все кейсы, касающиеся ключевых демографических процессов – рождаемости, смертности, миграции, брачности и разводимость озвучивает аватар преподавателя, созданный в сервисе Voki (рис. 1).

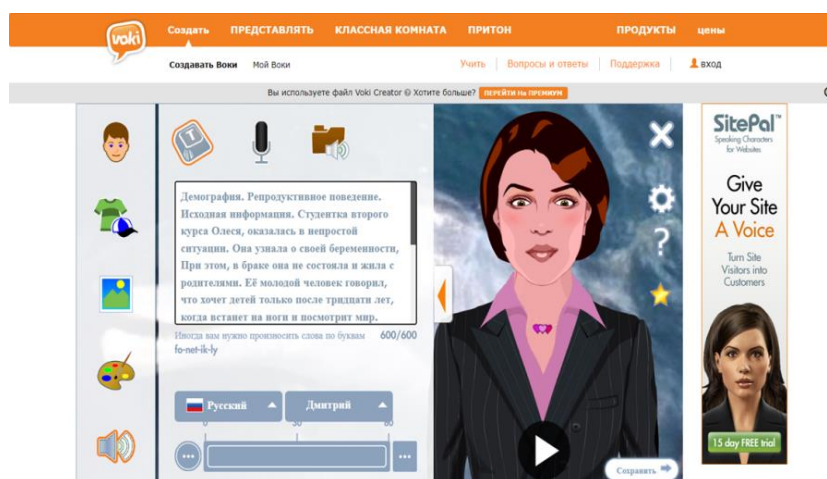


Рис. 1. Аватар преподавателя, созданный в сервисе Voki озвучивает демографический кейс по репродуктивному поведению в рамках дисциплины «Демография» в КНИТУ

Важным условием формирования демографической безопасности в контексте цифровизации жизненного пространства современной российской студенческой молодежи является осознание ими главных демографических рисков. Оставаясь неосознанными, эти демографи-

ческие риски в совокупности будут равносильны объявлению «демографической войны», направленной на уничтожение человека.

Включение молодежи в цифровой жизненный контекст во многом способствует некой изоляции от реальной социальной картины жизни, ведет к высокой степени индивидуализации потребления информационного пласта. При этом, множественная и целенаправленная трансляция нетрадиционных ценностей и всевозможных демографических рисков, не может не оказывать на молодежь весомого влияния. Так, например, в рамках набирающей популярность концепции «перенаселения и управления размножением», истоки которой были заложены еще Томасом Мальтусом [4], ценность человека, как индивида оспаривается, сохранять население не обязательно, при изучении человеческого сообщества, главное чтобы оно обеспечивало поступательное развитие технико-технологического сектора жизни. Восприятие человека, как болванки, в которую можно вложить все что угодно – главный демографический риск в контексте демографической безопасности.

Среди других демографических рисков можно выделить риски связанные с пониманием семьи и семейных ценностей и, как следствие, снижение рождаемости и отсроченное материнство в России и других странах мира.

Стратегия управления размножением включает в себя пропаганду бездетного репродуктивного поведения (childfree – англ. добровольно бездетный, свободный от детей). В данном контексте дети рассматриваются либо, как проблема ограничения, которая будет мешать развиваться, либо, как ответственность, к которой сложно быть готовыми. В этом же ключе раскручивается тема страха рождения ребёнка с ограниченными возможностями (или повышенными потребностями): расклеенные в городском пространстве листовки о денежной и другой помощи таким детям, сбор средств на дорогостоящую операцию сильно демотивируют молодежь в принятии решения о рождении ребенка. Данный страх приводит не только к отказу от зачатия ребенка, но и к абортированию.

Базовым понятием для рождаемости является семья. Авторский анализ более 100 студенческих работ института управления инновациям Казанского национального исследовательского технологического университета по созданию образа современной семьи, который был проведен в рамках дисциплины «Демография» в 2022 и 2023 годах, позволил выявить ряд важных закономерностей. Можно выделить существенную разницу между созданием образа современной семьи российскими студентами и туркменскими студентами (рис. 2 и рис. 3).

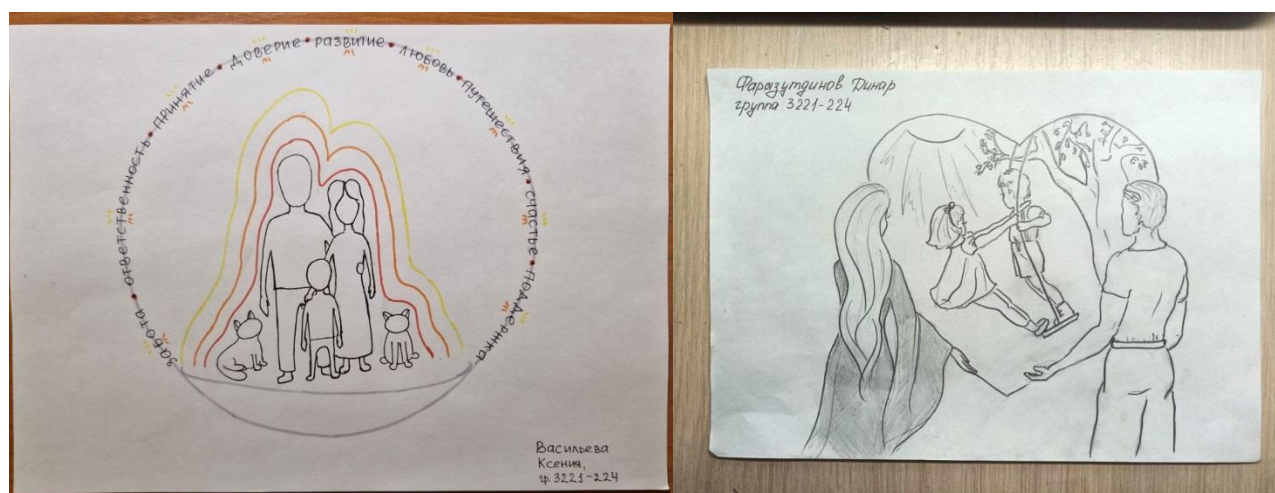


Рис. 2. Образ типичной современной семьи, созданный российскими студентами социологами 1 курса КНИТУ

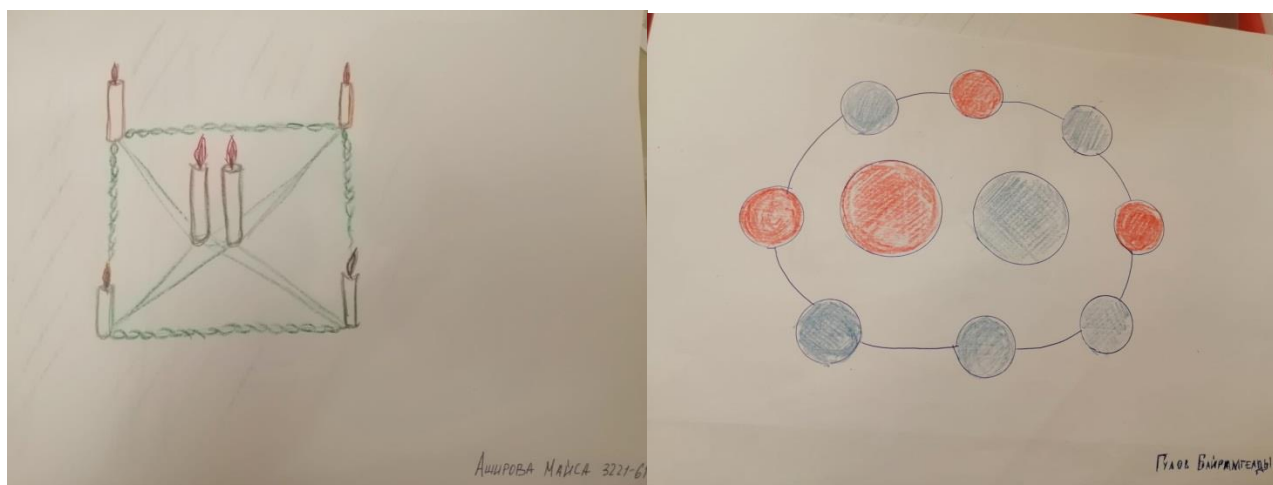


Рис. 3. Образ типичной современной семьи, созданный туркменскими студентами 1 курса КНИТУ

Во-первых, отметим тот факт, что при формировании образа семьи российскими студентами в центре рисунка обычно бывают дети, окружённые заботой родителей. В работах туркменских студентов в центре рисунка обычно бывают родители, окружённые заботой детей. Дети, как защитники родителей, их опора, снижающая риски старости.

Во-вторых, типичный образ современной российской семьи в среде российских студентов – это однодетная или двухдетная семья. В работе туркменских студентов минимальное количество детей – это четыре человека, но в среднем – это восемь человек детей. Таким образом, прослеживаются две модели семьи. В первом случае модель суженного типа воспроизводства населения, во втором случае – расширенного типа воспроизводства населения. Необходимо отметить, что задание было сформировать не идеальный образ семьи, а реальный, современный, существующий сейчас.

В-третьих, российские студенты создают образ семьи, как правило, с использованием фигур людей, а туркменские студенты предпочитают использовать абстракцию, геометрические фигуры, символы. Воспринимая семью, как нечто святое, видимо, на бессознательном уровне работают традиции ислама - не изображать святость в лицах.

Последующее обсуждение результатов работ по созданию образа современной семьи со студентами привело к выводу, о том, что образ семьи, созданный туркменскими студентами, является более адекватным целям, способствующим созданию желательного типа воспроизводства населения нашей страны. По факту прослеживается активное развитие всех видов демографического поведения у молодых студентов мигрантов, которые не будут мириться с тем, что они на обочине жизни. Стоит заметить, что демографическая безопасность, как научная проблема часто сводится к вопросам только рождаемости и смертности, но это не совсем так. Миграция – это важнейший аспект демографической безопасности страны, понимание этого факта повышает возможности системного научного анализа этого феномена.

При анализе проблематики демографической безопасности необходимо учитывать и такие демографические риски как: формирование терпимого отношения к ожирению, табакокурению, употреблению алкоголя, легкая процедура абортирования, доступность и пропаганда использования средств контрацепции, возможности «гендерного перехода», гендерного конструирования и однополых браков. В совокупности все эти факторы ведут к одинокой старости, ранней смертности и самоубийствам.

Отдельно стоит проблема искусственного затягивания взросления, таким образом, отдается ответственность и развивается социально-демографический инфантилизм. Все это приводит к неумению жить в реальном мире людей, раздражению или даже ненависти к окружающим, так как именно они виноваты в отсутствии внутреннего комфорта и баланса

индивидуального и социального в человеке. Как следствие, осознанное одиночество на фоне отсутствия доверия. К примеру, типичные ответы студентов первого и третьего курсов при обсуждении вопросов численности населения в рамках дисциплины «Демография»: «Большие толпы народа везде, они раздражают, нарушают мои личные границы в транспорте, в учреждениях, на учебе, заражают меня вирусами...» или «Людей реально много, они загрязняют этот чудесный мир природы, нарушает экологическое равновесие, уничтожают Землю, их должно стать меньше...».

Социологическое исследование, проведенное автором в форме анкетирования в марте 2023 года, среди студентов первого и второго курсов КНИТУ ($n = 100$) показало, что легитимация насилия и убийства людей, как некой нормы в компьютерных играх, виртуальном пространстве приводит к следующим допущениям. Например, на вопрос: «Какие способы Вы считаете допустимыми для сокращения численности населения, если считаете, что существует перенаселение Земли?» были получены следующие варианты ответов: запретить рожать, воздействие голодом, пропаганда трансгендорной стратегии жизни, развязывание войн, биоцифровая конвергенция. При этом, 60 % опрошенных студентов аргументированно защищали позицию недопустимости любых способов сокращения численности населения.

Снижение численности населения путем смертности – это главный тренд социально-демографической современной науки и ситуации, пропаганда которого достигла высокого уровня. Социальная ненависть даёт два социально-демографических допущения. Первое допущение – человек не ценность, следовательно, необходимо рассматривать возможности сокращения числа людей. Второе допущение – необходимо рассматривать возможности улучшения людей через роботизацию. Оба этих допущения становятся современными серьезными демографическими рисками.

В итоге, расчеловечивание человека в современном обществе является информационным оружием и главной проблемой демографической безопасности, решать которую необходимо в образовательной среде, меняя отношение к человеку в сторону сбережения, влияя на демографические установки и демографическое поведение. Трудно переоценить необходимость осознания молодежью того факта, что перенаселение – это не проблема. Проблемой является «демографическая зима», когда человечество перестанет воспроизводиться. Существует необходимость объяснять феномен урбанизации (как следствие, высокая концентрация населения именно в городах) и развеять миф, основанный на субъективном ощущении студентов, что в России перенаселение, потому что всюду много народа. Цифровизация жизненного пространства современной студенческой молодежи может быть не только негативным фактором, но и союзником в осознании и устранении демографических рисков современного общества.

Литература

1. Население Земли – счетчик населения мира. – URL: <https://countrysimeters.info/ru/World> (дата обращения: 30.11.2022).
2. Вишневский А.Г. Демографический переход и проблема демографического саморегулирования. Ответ А.Б. Синельникову // Социологический журнал. – 2019. – Т. 25. – № 4. – С. 93–104.
3. Соловарова Ю.Н. Демография: учебно-методическое пособие. – Казань: Изд-во КНИТУ, 2019. – 108 с.
4. Мальтус Т. Опыт о законе народонаселения. – М.: Наше завтра, 2022. – 320 с.

БАРЬЕРЫ СОЦИАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В ГОРОД В КОНТЕКСТЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ МИГРАЦИИ

Хайруллина Дина Загитовна,
Гарифзянова Альбина Раисовна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются основные барьеры социального включения в город студенческой молодежи в контексте образовательной миграции на основе анализа интервью. Раскрыто понятие социального включения, барьеры разделены на категории: экономические, географические, эмоциональные, бытовые, языковые, социокультурные. Каждая категория имеет свое описание и иллюстрацию в виде цитат из интервью.

Ключевые слова: социальная адаптация, социальное включение, включение в город, барьеры социального включения, образовательная миграция.

С ростом значения высшего образования и высокой конкуренцией на рынке труда учащиеся из разных городов стремятся в крупные города с целью поступления в высшие учебные заведения или продолжения обучения в бакалавриате или магистратуре. Города с большим количеством высших учебных заведений становятся точками притяжения большого количества молодежи, среди которых есть немалая доля потенциальных активистов, спортсменов, будущих исследователей и научных кадров.

Однако не смотря на очевидные плюсы, образовательная миграция предполагает некоторые препятствия, значительными из которых являются сложности социальной адаптации в процессе социального включения в город. Под включением в данной статье понимается процесс трансформации относительно автономных, слабо взаимодействующих между собой объектов (индивидов, групп, государств) в единую, целостную систему, характеризующуюся согласованностью и взаимозависимостью ее элементов. Таким образом, включение в город – это процесс установления оптимальных связей между социальными институтами, группами, индивидами и городской средой, обеспечивающих их единое и эффективное функционирование.

Город представляет из себя не только физическое пространство, но также и социальное, культурное, информационное и коммуникативное пространства [1, с. 203–206]. Все эти элементы города тесно переплетены между собой и каждый из них имеет свой порог вхождения и включения. Отсутствие включения в ту или иную область городской жизни ограничивает индивида в его деятельности и идентификации себя как горожанина. В случае образовательной миграции студенты сталкиваются с большим количеством барьеров, затрудняющих его включение в город, что в дальнейшем может сказаться на образовательном процессе и социальной жизни человека. Барьеры включения в город – это препятствия, затрудняющие или блокирующие процесс приспособления индивида к городской физической и социокультурной среде.

Целью данной статьи является выявление наиболее явных барьеров включения в город в контексте образовательной миграции у студентов и выпускников Казанского Федерального Университета.

Студенты являются социальной группой, часто испытывающей трудности при адаптации к городской среде. Переезд в другой город или даже в другой регион зачастую вынуждает их включаться в новую социальную систему и принимать ее правила и нормы. Благополучная интеграция студентов в городское сообщество важна для их личностного и профессионального развития. Социальные сети и ресурсы, доступные в городе, способствуют становлению студентов как будущих специалистов и граждан.

Вовлечение студентов в жизнь города приносит пользу как для самих студентов, так и для городской системы в целом. Студенческая молодежь приносит новые идеи, энергию и социальные связи, которые обогащают содержание повседневной городской жизни.

Выявление и преодоление барьеров включения студентов дает благоприятные эффекты для долгосрочного развития города. Молодежь, интегрированная в городскую среду, в будущем более заинтересована в его развитии и благоустройстве. Изучение опыта студентов позволяет сформировать более полное и точное представление о процессах социального функционирования города. Это способствует разработке более эффективных стратегий управления его развитием.

Для изучения основных барьеров социального включения в город, с которыми встречается студенческая молодежь в процессе образовательной миграции в данной работе будут рассматриваться результаты шестидесяти интервью, которые проводились в ходе исследования «Сценарии социального включения региональной молодежи в условиях образовательной миграции», проведенного в рамках проекта «Зеркальная лаборатория» совместно с Центром молодежных исследований ВШЭ, а так же семи глубинных интервью, проведенных в период с 1 февраля по 23 марта 2023 года в г. Казань [2]. Были опрошены иногородние студенты (бакалавриат и магистратура) и выпускники очной формы обучения Казанского Федерального Университета и НИУ ВШЭ в городе Санкт–Петербург.

Все барьеры социального включения в город, выявленные в ходе анализа интервью можно разделить на следующие категории: экономические, географические, эмоциональные, бытовые, языковые, социокультурные.

Начать раскрытие данных категорий стоит с одной из самых популярных – **экономической**. Многие студенты, поступая в университет впервые покидают «родительское гнездо», и в виду недостаточного жизненного опыта испытывают трудности с распределением своего бюджета. Зачастую студенты, недавно переехавшие в новый для себя город, получают финансовую поддержку от родителей и ВУЗа, и не включены в местный рынок труда. Возникающий недостаток денежных средств в свою очередь ограничивает возможности студента во многих отраслях городской жизни: бытовой, культурной, транспортной:

«Трудным, наверное, было перестроить себя в финансовом положении из-за того, что ты какой-то период времени зависишь от родителей и не планируешь как раз свой бюджет. Ну, в таких прямо масштабных историях, в плане как купить еды, приготовить что-то. Первое время было прямо очень тяжело» (м, 21 год, бакалавр).

Так же частым нарративом в интервью выступает желание стать финансово–независимым от родителей. Руководствуясь разными причинами – от желания помочь своим родителям до стремления повысить свой уровень жизни, иногородние студенты пытаются совмещать учебу и работу. Такой подход позволяет им не только обеспечить себя финансово, но и приобрести ценный опыт работы по специальности, который может пригодиться в будущем. Но несмотря на это, не всем удастся совмещать учебу с работой, в особенности если студент учится на очной форме обучения и пытается совмещать это с работой на полную ставку. В таких случаях они могут столкнуться с проблемами, связанными с перегрузкой, усталостью и отсутствием времени на отдых, что влечет за собой неуспеваемость по учебе, так как обычно студенты предпочитают работу учебе:

Интервьюер: *«А как тебе вообще удавалось совмещать работу и учебу?»*

Информант: *«Было первое время сложно, так как там учеба была в вечернее время, поэтому я прогуливала пары» (ж, 26 лет, магистр).*

Географические барьеры в свою очередь можно разделить на две популярные группы. В первой находятся барьеры, связанные с трудностями ориентирования в городе. Переезжая в крупный город, студент вынужден адаптироваться к местной системе навигации, строению улиц и транспортной сети. Включение учащегося в город напрямую связано с его возможностью в нем ориентироваться и перемещаться. Чаще всего респонденты винили в сложностях с ориентированием непривычно большой размер Казани и Санкт–Петербурга, а также большое количество «непонятных» транспортных маршрутов:

«Ну, сложности, наверно, в плане незнания города, то есть проблема с ориентацией, ты не знаешь куда идти, куда сходить...какие есть места отдыха, какие есть парки при-

кольные, какие торговые центры есть, а как до них доехать. Город гораздо больше» (м, 23 года, магистр).

Так же особенностью опыта студентов из Санкт–Петербурга стали проблемы с ориентированием и планированием маршрутов в городе, связанные с архитектурными особенностями города:

«Тут еще дворы везде перекрытые, особенно в центре – это вообще какой-то кошмар. Мне надо куда-нибудь пройти, там место где-нибудь во дворе, а везде всё закрыто, и я не могу понять, как мне к этому месту пройти. Я так пыталась как-то Почту России найти в переулке Гривцова. Я уже была готова лезть на это здание – всё было закрыто, я вообще не понимала, как туда пройти» (ж, 25 года, магистр).

В каждом городе так же существуют районы, который приезжие студенты стараются избегать в виду различных причин – некоторые отмечают отдаленность от центра и проблемы с транспортной развязкой, а иногда и вовсе связывают район с неблагоприятной и опасной обстановкой. В Санкт–Петербурге чаще всего в качестве такого места упоминались районы Купчино и Девяткино, а в Казани – Авиастроительный:

Интервьюер: *«у тебя есть какие-то места или районы в городе, которые ты стараешься избегать?»*

Информант: *«дааа, авиастрой...»*

Интервьюер: *«почему?»*

Информант: *«С самого переезда в Казань сложилось не очень положительное мнение об этом районе. Я сама там даже не была к тому моменту, но все вокруг говорили, что это худший район, поэтому в голове так и осталось. Мне даже знакомый, который уже долго живет в Казани, когда мы говорили об этом районе, сказал: "Лучше туда одна не езжай никогда"» (ж, 21 год, бакалавр).*

Во второй же группе географической категории находятся барьеры, связанные с климатическими особенностями городов: *«...нужно было привыкать к местной погоде, зимы холоднее, ветра сильнее» (м, бакалавр).*

Студенты в процессе образовательной миграции так же встречаются с **эмоциональными** барьерами, связанными с сепарацией от родителей и резкой сменой окружающей обстановки. Зачастую последствием таких процессов становится сильный стресс и дальнейшие психологические расстройства:

«Родителям было на самом деле тяжело отпускать. Я, наверное, первый раз видела слезы своего папы, когда он со мной прощался, когда им пришлось уже уехать. Первый день был, наверное, самым тяжелым. Единственное что я помню, что я плакала, спала, плакала, спала, плакала, спала. Первый день как раз еще все начинали знакомиться и так далее, для меня первый день был совсем не таким как у всех... Для меня это было просто: открываю глаза, плачу, открываю глаза, плачу» (ж, 24 года, магистр).

Кроме того, студенты, которые должны совмещать учебу с работой, могут столкнуться с дополнительным стрессом и усталостью, что может негативно сказаться на их эмоциональном и психическом состоянии. Для преодоления эмоциональных барьеров студенты могут обращаться за помощью к профессиональным психологам и консультантам, а также участвовать в различных социальных мероприятиях, организованных университетом или студенческими объединениями. Опыт интервью показал, что несмотря на возможность получить бесплатную психологическую помощь от университета, данная услуга не является одной из популярных. Если студент все-таки посещает специалистов данной направленности, то предпочитает обращаться к услугам платных клиник:

*«Да я знаю, что у университета есть психолог, но я бы скорее не обратилась туда, потому что психолог – это такой врач, к которому ты должен идти осознавая, что он действительно специалист. Ну и что он не сделает тебе вред, хотя ты идешь к нему за помощью. И поэтому, выбирая между платным психологом и психологом из кфу, однозначно с целью самосохранения я выбрала платного *смеется*» (ж, 23 года, магистр).*

Одиночество является одной из наиболее распространенных проблем, с которой сталкиваются студенты при переезде в другой город. Это связано с тем, что смена места жительства может вызывать чувство разобщенности и отчуждения от окружающей среды, особенно если студенты не имеют знакомых и друзей в новом месте:

«Первый два месяца, это особенно ощущалось, когда еще не знаком с одногруппниками и никуда не ходишь. Ты в большом городе, здесь всем на тебя все равно, ты никого не знаешь, никто тебе не поможет, никакого шанса встретить своего знакомого. Да даже банально не с кем поговорить... Я несколько раз точно звонила домой и плакала от чувства одиночества и безвыходности» (ж, 22 года, бакалавр).

Особенно остро это ощущается, если студент переехал из маленького города или села. Вероятность быть социально исключенным в мегаполисе велика по ряду различных причин: большое расстояние от места учебы до места проживания оставляют мало времени на социальные интеракции; эффект социального невнимания, присущий городам, оставляет индивида, непривыкшего к таким условиям с чувством изолированности; образ «чужого», внутренне ощущаемый самим мигрантом, может ограничивать его возможности к социальной адаптации.

Расстояние от родного города до города, где индивид планирует продолжить свою учебу, так же влияет на то, как студент будет справляться с чувством одиночества и социальной эксклюзии. Студенты, которые приехали из ближайших к мегаполису населенных пунктов, намного чаще возвращаются на выходных и каникулах к семье и друзьям, где получают необходимую эмоциональную разгрузку. С одной стороны – это положительное явление, так как индивид испытывает меньшее количество стресса, но с другой это может замедлить или же в целом остановить процесс включения в город и социальную среду. Некоторые студенты так и остаются «чужими», сепарированными от одногруппников и мегаполиса.

Сам образ мегаполиса является очень многогранным, зачастую он воспринимается как сосредоточение культурной жизни, людей, бизнеса и возможностей. Из-за составленных заранее представлений о городе своего прибытия, студенты часто сталкиваются с тем, что они не совпадают с реальностью. Если для одних это положительная динамика: как например разрушение стереотипа об грязных улицах мегаполиса; то для других отличия становятся причиной разочарования в городе:

«Я сходил на какие-то выставки, на спектакли и понял, что нет тут такого культурного просвета, которого я ожидал от Казани. Я-то думал, что я сюда приеду, тут такая культурная жизнь Казань – это такой мультикультурный развитый центр, третья столица России, а оказалось все не настолько яркое, как я ожидал» (м, 20 лет, бакалавр).

Для некоторых переезд в мегаполис так же характеризуется разочарованием в городском образе жизни, который сильно отличается от их представлений до переезда. Многие информанты в первое время после переезда сталкивались с такими чертами жизни в мегаполисе как: большое количество людей, шум, проблемы с транспортом, высокий уровень загрязнения воздуха выхлопными газами, высокие цены. Несмотря на то, что подобное явление довольно быстро становится неактуальным для многих студентов в силу перекрытия положительными чертами проживания в мегаполисе, для некоторых это становится ключевым фактором, определяющих образ города:

«Мне нравится Казань, но весной я просто не могу тут находиться, снег тает, все серо-коричневое, весь мусор за зиму всплывает на поверхность... Я привык за 17 лет что снег постоянно белый, разве что на дорогах немного сероватый, а здесь просто ужасная весна, по крайней мере ее начало, сколько лет живу и никак не могу привыкнуть» (м, 23, магистрант).

Как мы выяснили ранее, студенты при выборе места продолжения обучения опираются либо на высшее учебное заведение, либо на город. Высокие ожидания зачастую вызывают у мигрантов диссонанс при встрече с эмпирической реальностью. В ходе анализа интервью было выявлено, что многие студенты встречаются с кризисом во время обучения на первом курсе, обусловленным разочарованием в выбранной специальности или направления. Высо-

кие ожидания от потенциального места обучения, зачастую не оправдываются, и студенты сталкиваются с реальными проблемами, недостатками и трудностями учебного процесса, которые отличаются от идеализированного представления. Это может вызывать дискомфорт, разочарование и даже желание отчислиться или вернуться в родной город. Диссонанс между ожиданиями и реальностью подрывает первоначальную мотивацию и удовлетворенность от принятого решения:

*«Я, честно говоря, разочаровалась не в специальности, а в учебном процессе. В том, как он организован. Очень много бюрократии, безразличных преподавателей, бесполезных кружков. То есть для меня было небольшим удивлением, что все вообще зависит только от тебя. Твои знания – твоя ответственность. Я думала, вуз даёт образование. Но это ерунда. И промежуточный контроль тоже ерунда. Ты сам себе даёшь образование через дисциплину и преодоление себя. Вот такое вот открытие *смеется* Про защиту купленных курсовых работ вообще молчу» (ж, 23 года, бак)*

Студентам приходится адаптироваться к новым условиям, корректировать свои взгляды и настроения. Преодолеть этот диссонанс и привыкнуть к реалиям учебы в выбранном месте – важный этап адаптации мигрантов–студентов.

В процессе образовательной миграции большинство иногородних студентов так же сталкиваются с **бытовыми** барьерами включения в город. Они включаются в себя как сложную системой заселения в общежития, так и обычные формальные процедуры, которые необходимо проходить учащимся, приехавшим из других населенных пунктов:

Интервьюер: *«а вот с какими трудностями в КФУ вы столкнулись как иногородний студент?»*

Респондент: *«регистрация очень долго проходила. Вот бумажный формат, бюрократия вот эта вся»*

Интервьюер: *«а регистрацию иногородним тоже нужно делать?»*

Респондент: *«да, нужно. То есть, вот именно на том же медосмотре – нам нужно сдавать кровь, татарстанским – нет. Трудности вот прям не какие–то такие, а в бумажном плане, и все» (ж, 20 лет, бакалавр)*

Еще одной подкатегорией бытовых барьеров можно выделить проблемы с поиском жилья. Многие иногородние студенты, приехавшие в Казань и Санкт–Петербург и проживающие в общежитиях, со временем стремятся переехать оттуда по различным причинам: от тесноты комнат и конфликтов с соседями до желания съехаться с друзьями и жить ближе к университету. Однако процесс поиска нового жилья зачастую осложняется, оттягивая переезд. Обычно студенты сталкиваются с: высокой стоимостью жилья; арендаторами, которые отказываются сдавать жилье студентам; неквалифицированным риелторами; мошенниками и т. п.:

«А самое сложное – найти нормальную квартиру в Казани...В Казани очень много непорядочных и нехороших риелторов – лично мне ни один хороший не попался. Например, ты просишь одно у риелтора, а тебе предлагают совершенно другое. Либо ты звонишь по номеру телефона из объявления о сдаче жилья в аренду, на том проводе нет ответа, а через 30 минут тебе названивают риелторы и предлагают совершенно другую квартиру с комиссией от 70 процентов» (ж, 20 лет, бакалавр).

В таких случаях студенты могут обратиться к университетским службам посредничества в поиске жилья, однако как показывают интервью студенты практически ими не пользуются, аргументируя это их низкой эффективностью.

В последнюю подкатегорию бытовых барьеров можно выделить проблемы иногородних студентов с получением медицинской помощи в студенческих и муниципальных поликлиниках. Студенческие поликлиники сталкиваются с большим потоком посетителей и не имеют до конца отрегулированной системы онлайн–записи. Из–за этого многим иногородним студентам приходится проводить большее количество времени в дороге по пути в или из поликлиники, чтобы записаться на прием. Так как прикрепление к студенческой поликлинике является обязательным условием прохождения медосмотра для иногородних

учащихся, студенты, проживающие в отдалении от поликлиники вынуждены пользоваться ее услугами.

Так же некоторые респонденты во время интервью в 2023 году отметили большое количество стресса, получаемого в процессе медосмотра. В то время как студентам из Казани нужно пройти меньшее количество врачей, иногородние учащиеся должны проводить большое количество времени в больнице:

«Я вот недавно там был (в студенческой поликлинике) на медосмотре. Это просто треш какой-то, я там часов, наверное, 5 провел, а все ради того, чтобы мне заполнили пару бумажек. Вокруг полный хаос, чтобы сделать одну маленькую задачу нужно отстоять огромную очередь, чтобы тебе там, степлером прикрепили бумажку, а потом надо отстоять такую же, чтобы тебя просто допустили к осмотру» (м, бакалавр, 18)

В последнюю выделенную категорию мы выделили барьеры включения в город, связанные с **социокультурными** особенностями городов. Индивид, сменяющий одну социальную среду на другую, может столкнуться с различиями в нормах и традициях. Такая смена может замедлить процесс социализации и адаптации в новом для учащегося городе, иногда вызывая полное неприятие новых социальных норм:

Интервьюер: *«какие у тебя возможно были сложности как у приезжего в университете?»*

Респондент: *«менталитет. Очень разный менталитет. В Казани всегда спрашивают: «Привет как дела?» и никому неинтересно, как у тебя дела, это как в США «Hello? How are you». Но не надо отвечать, как дела. В Кирове никогда так не скажут..., вот будем честны – в Казани много лицемерия, очень много»* (м, 24 года, выпускник бакалавр).

Для облегчения преодоления этого барьера многие иногородние студенты поддерживают связь со знакомыми из своего родного города, так же переехавшими для продолжения обучения. Примечательно, что студенты из Казани намного чаще отмечают сложность со сменой культурной обстановки, связывая это с ее многонациональностью и «восточной атмосферой». В Санкт-Петербурге же студенты чаще рассказывают про свои ожидания культурного и воспитанного населения, которые как подтверждаются, так и опровергаются.

Но независимо от мегаполиса, студенты, приезжавшие из маленьких городов и сел, чаще сталкивались с барьерами, связанными с непривычной для них социальной дистанции между людьми, характерной для больших городов.

Казань является многонациональным и многоконфессиональным городом, о котором часто говорят как о месте, где встречаются мирно живут сразу несколько культур. Однако несмотря на это некоторые респонденты отмечали этнические барьеры включения в мегаполис, порой основанные на стереотипных взглядах. Часто нарративы включали в себя услышанные от старшего поколения стереотипные установки, что, не будучи этнически татарин или татаркой, добиться успеха в Казани невозможно. Но на реальном опыте барьеры были **языковыми** и касались в основном социальной эксклюзии не говорящих на татарском языке приезжих:

«Единственное, вот раньше сталкивался с тем, на 2 курсе, что, если ты русский и, если рядом с тобой татары, они по-татарски говорят, чтобы ты не понимал – специально. И это очень часто было. Сейчас такое реже, но это, наверное, из-за процессов глобализации. Это жестко было вот. Сталкивался с тем, что в магазинах в автобусах так далее, ну это тоже видно, видели, что ты иногородний и тебе по-татарски отвечали...» (м, 24 года, выпускник магистр).

Таким образом можно сделать вывод, что иногородний студент в процессе миграции для получения образования может столкнуться с большим количеством барьеров включения в новый для него город. Среди них можно выделить: экономические – связанные с различными проблемами денежного бюджета студентов; географические – включающие в себя сложность ориентирования в мегаполисе и его климатические особенности; эмоциональные – возникающие в ходе смены места жительства и сепарации от родителей, одиночество, разочарование в городе или ВУЗе; бытовые – связанные с рутинными проблемами приезжих,

такими как поиск жилья или получение медицинских услуг; социокультурные – объясняющиеся сменой культурной обстановки студентов; языковые – раскрывающие сложности вхождения в многоязыковую среду Казани. Данные барьеры затрагивают различные сферы общественной жизни и являются причиной выстраивания индивидуальных сценариев включения в город иногородней молодежи.

Как показало исследование, данные барьеры являются самыми распространенными, и почти каждый информант сталкивался хотя бы с несколькими из них. Однако то, насколько сильным будет их влияние и какие стратегии их преодоления выберет студент являются строго индивидуальными, позволяя каждому выстраивать свои неповторимые сценарии включения в город.

В заключение можно отметить, что данные барьеры хоть и представляют из себя препятствие для включения в город, большинство студентов справляются с их преодолением, полностью адаптируясь к городской среде. Как показали результаты интервью, большинство приезжих студентов планируют оставаться в мегаполисе, который они выбрали при переезде, даже после окончания учебы, считая его своим домом.

Литература

1. Козлова Ю.В., Савченко И.А., Пикунов О.И. Город как социально–коммуникативная конструкция // Вестник экономики, права и социологии. – 2020. – № 4. – С. 203–206.
2. Проект «Сценарии социального включения региональной молодежи в условиях образовательной миграции». Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – URL: <https://spb.hse.ru/soc/youth/mirror/> (дата обращения: 17.04.2023).

ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОЗНАНИЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН (ПО МАТЕРИАЛАМ МАССОВОГО ОПРОСА)

**Хохлов Алексей Александрович,
Нурутдинова Аида Наильевна**

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В статье представлены результаты массового опроса (n = 1413) жителей Республики Татарстан, цель которого сравнить экологическое сознание и поведение современной молодежи (от 16 до 25 лет) и представителей старшей возрастной группы (от 56 лет).

Ключевые слова: экологическое сознание, экологическое участие, экологические практики.

Актуальность. Актуальность сравнения экологического сознания и поведения современной молодежи и представителей старших возрастных групп связана с тем, что экологическая политика Республики Татарстан, сформированная в 2018–2019 годах, направлена преимущественно на молодых людей [5]. В республике успешно развиваются общественные организации экологической направленности (РМОО «Будет Чисто!», экологическое движение «ЭкоЛогично», студенческие отряды, действующие в ссузах и вузах), организуются различные конкурсы, участниками которых являются все слои населения («ЭкоЛидер», «Школьный экопатруль»), проводятся мероприятия, целевой аудиторией которых преимущественно является молодежь. Более того, опрос, проведенный ВЦИОМ в 2022 году, показывает, что в список главных ценностей современной молодежи включены семья (состояние здоровья, безопасность членов семьи, материальное положение), социальная инфраструктура, возможности для достижения целей и экологическая ситуация в месте проживания [7].

Таким образом, исследовательский вопрос заключается в сравнении экологического сознания и экологического поведения современной молодежи с представителями других возрастных групп для понимания актуальности этой темы в молодежной среде.

Степень изученности проблемы. Экологическая культура является частью общей культуры, которая позволяет выстраивать индивиду отношения с окружающей средой, вписываемые в систему «человек-общество-природа». В зарубежной и отечественной социологии вопросы понимания термина «экологическая культура», формирования экологического сознания и поведения исследовались такими авторами как Л.Н. Коган, Э.В. Гирусов [1], О.Н. Яницкий [8], С.Н. Глазачев, Н.Ф. Реймерс и другими. При этом, суть конкретного определения зависит от центрального компонента экологической культуры. В российской традиции сложилась многокомпонентная схема анализа данного понятия. Среди основных элементов можно выделить следующие:

- когнитивный: экологические знания, экологическое мышление, экологическое сознание;
- аксиологический: экологические ценности, переживания;
- нормативный: экологические императивы, этические нормы и правила жизнедеятельности человека во взаимодействии с окружающей средой;
- творческо-деятельностный: проективная, природообразующая деятельность, минимизирующая наносимый окружающей среде вред;
- поведенческий: поступки и действия в отношении окружающей среды, экологическое поведение.

В данном исследовании экологическая культура будет пониматься как динамичный комплекс знаний, умений, навыков и личностных качеств человека, позволяющих ему выстраивать направленную на сохранение окружающей среды социальную деятельность.

Экологическое сознание, являясь центральным компонентом экологической культуры, по мнению белорусского социолога Л.Г. Титаренко, является совокупностью экологических гуманистических ценностей, на которые ориентируются их сторонники, экологических знаний и установок, признания актуальности экологических проблем и угроз. Казанский исследователь П.О. Ермолаева [2], проводя сравнительное исследование экологической культуры студенчества на примере г. Казани и штата Колорадо, понимает под экологическим сознанием прежде всего компонент экологической культуры, который характеризуется определенным уровнем озабоченности населения состоянием окружающей среды, сформированности экологического знания, наличия у субъекта набора постматериальных ценностей и установок.

Проявлением же экологического поведения будет являться экологическое участие и приобщение к экологическим практикам. Под экологическим участием понимается совокупность конкретных практических действий людей, минимизирующих наносимый окружающей среде вред, непосредственно связанных с воздействием на нее в процессе жизнедеятельности, а под экологическими практиками – система индивидуальных действий, обусловленная состоянием культуры и уровнем развития общества, направленная на минимизацию наносимого окружающей среде вреда, реализуемая сознательно и, как правило, повседневно.

Экологическая культура молодежи имеет прогностическое значение, способствующее разрешению спорных вопросов, влиянию на социально-экологические процессы, происходящие в обществе. Молодежь находится в процессе самоопределения и целеполагания, именно поэтому трансляция общественных ценностей способна сформировать у молодежи экологический образ жизни [6]. Экологическое сознание и поведение формируется преимущественно в процесс социализации, когда акторами являются семья, сверстники, образовательные учреждения, общественные организации и СМИ. Родительская семья способна приобщить молодого человека к экологическим практикам с ранних лет (сортировка мусора по фракциям, сбор отходов для вторичной переработки, сдача опасных отходов в специализированные пункты приема), более того, социальный опыт представителей старшего поколения позволяет объяснить значимость и необходимость данных действий. Для современной молодежи важно понимание конкретных действий, т. е. ответы на вопросы: «Для чего я это делаю?», «Какую пользу я принесу, делая это?».

Роль образовательных организаций в процессе формирования экологической культуры и ее отдельных компонентов также значима. Экологическое просвещение, реализуемое в рамках образования, дает возможность получить элементарные знания об экологической

безопасности, экологических рисках и угрозах, а также о сокращении вреда, наносимого окружающей среде. Помимо теоретических знаний, индивид также получает опыт участия в экологических мероприятиях и акциях, т.е. выражение практико-ориентированной деятельности. Сознание современной молодежи «лабильно», т.е. подвижно и сродни пластилину, из которого может получиться любой образ. Активная пропаганда экологических ценностей и установок, осуществляемая через экологическое просвещение, направлена на изменение экологического сознания.

Экологические движения и общественные организации также способствует развитию компонентов экологической культуры. В них действуют принципы групповой идентификации, солидарности и стереотипов. Участие в экологических мероприятиях и акциях в составе экологического движения позволяет, по мнению Р. Данлэпа, транслировать общие ценности, расставлять приоритеты личных и коллективных ценностей, делиться с участниками личным опытом и поддерживать. Преимуществом экологических движений также является, что они практически однородны по своему составу, в частности по возрасту.

Исследования экологической культуры молодежи проводились российскими социологами, но по мнению отечественного социолога В.А. Захаровой данные исследования носят локальный характер и касаются определенной группы молодежи (к примеру, студенчества).

П.О. Ермолаева в рамках кросс-культурного проекта проводит сравнительный анализ экологической культуры студенчества г. Казани (n = 650) и штата Колорадо (n = 450) и выделяет типы экологической культуры молодежи. Критериями выделения данных типов стали: экологические знания (озабоченность состоянием окружающей среде в месте своего проживания) и экологическая деятельность (реальные действия, направленные на охрану окружающей среды). Данные опроса показывают, что 84,9 % респондентов обеспокоены экологическими проблемами в месте своего проживания, а 80,7 % в Республике Татарстан. Казанских студентов волновали такие проблемы как загрязнение атмосферного воздуха (17,4 %), качество питьевой воды (15,1 %), загрязнение рек и водоемов (11,5 %) замусоренность, свалки (18,9 %).

Согласно данным опроса, 14,5 % опрошенных казанских не включены ни в какие экологические практики, при этом наиболее популярными стали такие как потребление очищенной воды (61 %), экономичное использование электроэнергии (53,2 %), экономичное использование воды (47 %).

Проэкологический активизм – это направленное усилие на производство общественных инициативных актов, целью которых является оказание влияния на социально-экологическую политику в регионе. Активное участие в мероприятиях, которые можно отнести к проэкологическому активизму, принимали 63 % казанского студенчества. 39,8 % респондентов принимали участие в посадке деревьев и уборке парков, 8,6 % – подписывали письма в соответствующие инстанции, 7,2 % – принимали участие в социальных обсуждениях по экологической проблематике. Около 37 % опрошенных среди казанского студенчества ничего не делали, а, следовательно, не принимали участия в подобных мероприятиях. Автор делает вывод о том, что чем затратнее экологическое мероприятие, тем меньше доля участвующих в нем.

В рамках исследования также был задан вопрос о том, какие субъекты, по мнению респондентов, являются ответственными за качество среды обитания. 43,3 % респондентов считают, что ответственно государство, 10,6 % – ответственны экологические движения, а 34 % считают ответственными прежде всего себя и простых людей.

Таким образом, результаты исследования позволяют говорить о том, что для большей части казанского студенчества характерен декларативный тип экологической культуры, для которого характерна высокая озабоченность состоянием окружающей среды, но при этом индивид не готов тратить время и средства ради ее защиты. Казанское студенчество характеризуется пассивностью в решении экологических проблем, и автор связывает это с несколькими факторами: индивидуальные предпочтения и установки, экономическая ситуация, обеспеченность объектами социальной инфраструктуры и институциональная поддержка.

Изучением экологической культуры современной молодежи также занималась В.А. Захарова [3, 4]. Массовый опрос (n = 1968), проведенный среди студентов университетов Южного федерального округа, показывает, что активное участие в экологических мероприятиях принимают лишь 19,1 % опрошенных, а препятствиями для участия являются – нехватка времени (47,6 %), нехватка информации (16,3 %), а также отсутствие поощрения за участие в мероприятии (6,4 %). Влияние на формирование экологического сознания и экологических установок оказывают культура поведения семьи (57,3 %), сформированные жизненные ценности и ориентиры (56,8 %),

Таким образом, автор приходит к выводу, что экологические ценности не входят в ядро ценностной системы молодежи, но несмотря на это, у студенчества формируются новые экологические уклады, где наивысшую ценность имеет гармония взаимоотношений человека и природы. Выделяя типы экологического поведения, предлагаются такие критерии как экологические знания, оценка экологических качеств личности, мотивация и экологические действия. Для большей части студенчества (55 %) характерен формально-декларативный тип экологического поведения, которому свойственны осознание, понимание и адекватная оценка экологической ситуации, но для осуществления практико-ориентированной деятельности существуют препятствия.

Результаты исследования. Эмпирической базой исследования стал массовый онлайн-опрос населения Республики Татарстан (n = 1413), проведенный при содействии и поддержке Министерства экологии и природных ресурсов РТ. Применялась квотная выборка по полу, возрасту и типу населенного пункта, ошибка выборки – не превышает 3 %.

Респондентам задавался вопрос о заинтересованности экологическими проблемами. 79,8 % опрошенных интересуются проблемами экологии, экологической ситуацией в регионе и в месте своего проживания. Распределение по возрастным группам получилось следующим:

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос «Интересуетесь ли Вы проблемами экологии?» с распределением по возрастным группам

Вариант ответа	16–25 лет	26–35 лет	36–45 лет	46–55 лет	старше 56 лет
Интересуюсь	68,4 %	80,0 %	82,4 %	82,6 %	86,4 %
Не интересуюсь	17,8 %	8,9 %	7,6 %	7,3 %	4,2 %
Затрудняюсь ответить	13,8 %	11,1 %	10,0 %	10,0 %	9,4 %

Исходя из таблицы, можно видеть, как отличается заинтересованность экологическими проблемами у молодежи (68,4 %) и представителей старшей возрастной группы (86,4 %). Также, в возрастной группе от 16 до 25 лет 17,8 % открыто заявляют о том, что не интересуется данной тематикой, а 13,8 % – затрудняются ответить. Можно сделать вывод о том, что у молодежи отсутствует личное желание интересоваться экологической тематикой, несмотря на то что в настоящее время, как в школах, так и в вузах реализуются программы экологического образования и просвещения, проводятся конкурсы, создаются отряды экологических движений. Более того, существует значимая статистическая связь по хи-квадрату между заинтересованностью экологической проблематикой и возрастом респондентов.

Также был задан вопрос об источниках получения информации об экологической ситуации в регионе и месте своего проживания. Подавляющее большинство респондентов получает информацию, используя интернет-источники (59 %), федеральное и региональное телевидение (49,4 %) и социальные сети (35 %). При этом, среди молодежи наиболее востребованными каналами являются интернет-источники (60,6 %), социальные сети (46,8 %), а также место учебы и работы (21,6 %). Представители же старших возрастных групп отдают предпочтение федеральному и региональному телевидению (61,2 %), интернет-источникам (49,3 %) и традиционным средствам массовой информации – периодическим печатным изда-

ниям (22,8 %) и радио (7,3 %). При этом практически одинаковые доли респондентов в возрастных группах желают получать дополнительную информации о деятельности органов государственной власти, экологических движений и общественных организаций (32 % – от 16 до 25 лет, 31,8 % – старше 56 лет), нехватку информации ощущают 39,2 % опрошенных в возрастной группе от 36 до 45 лет. Таким образом, несмотря на использование разных источников получения информации, респонденты желают, чтобы данная тематика освещалась в СМИ более открыто и подробно.

Также респондентам предлагалось оценить по 5-ти бальной степени ответственности различных субъектов за благоприятную экологическую обстановку в месте своего проживания. Результаты получились следующие:

Таблица 2

Средние оценки ответственности за благоприятную экологическую обстановку с распределением по возрастным группам

Вариант ответа	16–25 лет	26–35 лет	36–45 лет	46–55 лет	старше 56 лет
Министерство экологии и природных ресурсов Республики Татарстан	4,34	4,29	4,38	4,31	4,18
Прочие органы государственной власти	3,70	3,72	3,90	3,88	3,73
Органы местного самоуправления, администрации районов и др.	4,12	4,05	4,15	4,15	4,10
Промышленные предприятия	4,18	4,22	4,40	4,32	4,22
Общественные организации и объединения	3,89	3,75	3,84	3,72	3,71
Каждый человек лично	4,37	4,32	4,46	4,41	4,23

Молодые люди считают профильное министерство более ответственным, нежели представители старшей возрастной группы. При этом, большинство опрошенных осознают свою личную ответственность за состояние окружающей среды. Исследование, проведенное в 2010 году среди казанских студентов, свидетельствует о том, что молодежь перекладывает ответственность на государство. Результаты же опроса 2022 года позволяют говорить о том, что степень ответственности органов государственных органов власти и каждого человека в отдельности одинакова.

Таблица 3

Распределение ответов на вопрос «Принимали ли Вы участие в экологических мероприятиях?» с распределением по возрастным группам

Вариант ответа	16–25 лет	26–35 лет	36–45 лет	46–55 лет	старше 56 лет
Да	71,4 %	72,2 %	71,4 %	73,7 %	76,2 %
Нет	28,6 %	27,8 %	28,6 %	26,3 %	23,8 %

94 % опрошенных считают, что могут совершать полезные для окружающей среды действия, при этом среди возрастных групп значительных отличий не наблюдается. 71,4 % опрошенных молодых людей принимали участие в экологических мероприятиях, тогда как в 2010 году таких среди казанского студенчества было около 63 %. Также можно сказать, что сократилась доля, не принимающих участия в мероприятиях (в 2010 – 37 %, в 2022 – 28,6 %). Распределение по возрастным группам получилось следующим (табл. 3).

Интересны для рассмотрения конкретные мероприятия, в которых принимали участие респонденты. Среди молодежи самыми популярными мероприятиями стали: мероприятия по очистке прибрежных зон (56,1 %), акции по сдаче отходов, пригодных для переработки (53,8 %), участие в акциях по высадке деревьев (40,1 %), а почти 10 лет назад для казанских студентов популярным было – посадка деревьев и уборка парков. Среди представителей старшей возрастной группы востребованными мероприятиями стали такие как акции по высадке деревьев (65,6 %), участие в санитарно-экологических месячниках (61 %), мероприятия по очистке прибрежных зон (58,3 %). Респонденты нацелены принимать участие в практико-ориентированных мероприятиях, требующих личный вклад каждого.

При этом, также имеются и препятствия для участия в мероприятиях. Для представителей всех возрастных групп основными препятствиями стали – нехватка времени (63,5 % – от 16 до 25 лет, 36,8 % – старше 56 лет) и отсутствие информации о проводимых мероприятиях (21,2 % – от 16 до 25 лет, 26,5 % – старше 56 лет). О личном нежелании принимать участие в мероприятиях заявляют 18,8 % среди молодых людей и 5,9 % среди старшей возрастной группы. 11,8 % молодых людей считают, что мероприятия трудозатратные, среди старшей возрастной группы такое мнение выражают лишь 4,4 %, несмотря на более преклонный возраст и, возможно, наличие заболеваний. Исследование, проведенное отечественным социологом В.А. Захаровой, подтверждает данные факты.

Также респондентам задавался вопрос о включенности в экологические практики. Как в 2010 году, так и в 2022 году популярными практиками являются такие как выключение света и электроприборов из сети, когда ими не пользуются или же экономичное использование электроэнергии (61,3 % – от 16 до 25 лет, 74,5 % – старше 56 лет), выключение воды при гигиенических процедурах (51,2 % – от 16 до 25 лет, 44,1 % – старше 56 лет). По мнению отечественных исследователей вопросов формирования экологической культуры, использование данных практик в полной мере не отражают экологически оправданное поведение, поскольку связано с экономией денежных средств. Начиная с 2018 года, в общественных местах республики стали устанавливаться контейнеры для раздельного сбора с целью популяризации данной экологической практики. Результаты опроса 2022 года показывают, что 12,8 % опрошенных среди молодежи включены в данную практику, при этом среди представителей старшей возрастной группы таких 21,3 %. Также практиками, которые начали получать развитие после 2010 года можно назвать сдача опасных отходов (батареек, ламп накаливания) в специализированные пункты приема, а также сдача отходов на переработку (бумага, крышки и другие бытовые предметы). Акции организуются совместно с экологическими движениями республики и торговыми центрами. 35,4 % респондентов в возрасте от 16 до 25 лет сдают опасные отходы в специализированные пункты приема, причем среди респондентов в возрасте старше 56 лет таковых 47,9 %. Примерно треть опрошенных в каждой из возрастных групп сдают отходы на переработку.

В 2010 году среди казанских студентов 14,5 % не были включены ни в какие экологические практики, опрос 2022 года показывает, что 4,4 % опрошенной молодежи республики высказывают подобное мнение.

Основными препятствиями для включения в экологические практики респонденты анализируемых возрастных групп называли такие: отсутствие времени (45,1 % – от 16 до 25 лет, 31,8 % – старше 56 лет), отсутствие в населенном пункте социальной инфраструктуры (29,3 % – от 16 до 25 лет, 36 % – старше 56 лет), недостаточный уровень экологических знаний, опыта (24,9 % – от 16 до 25 лет, 21 % – старше 56 лет).

Выводы. Проведенное исследование позволяет говорить о тенденции меньшей вовлеченности молодежи в экологическую и природообразующую деятельность по сравнению с другими возрастными группами. Несмотря на то, что экологическая ситуация в месте проживания находится в списке важных ценностей современной молодежи, данная тематика не актуализируется среди рядовых молодых людей, которые не вовлечены в экологические движения и клубы. К подобным выводам приходит и отечественный социолог В.А. Захарова, которая, проведя массовый опрос ($n = 1968$), а затем и фокус-групповые исследования ($n = 3$) среди студентов Южного федерального округа, говорит о том, что в настоящее время в молодежной среде мотивы носят утилитарный уклон (к примеру, покупка шоппера – это модно и экологично; участие в экологическом мероприятии – повышение популярности и экологично). Также отмечается, что исключительно экологическая мотивация отсутствует.

Сравнительный анализ с исследованием, проведенным среди казанских студентов, позволяет говорить о том, что выросла доля молодых людей, принимающих участие в экологических мероприятиях и использующих в своей повседневной жизни экологические практики. Также наиболее ответственным за состояние окружающей среды субъектом молодежь считает каждого человека лично, в том числе, скорее всего и себя. С развитием экологической политики региона также меняется и ранг популярности конкретных экологических мероприятий и акций, а с развитием средств массовой информации – каналы получения информации об экологической ситуации.

Несмотря на активное вовлечение молодежи в участие в экологических мероприятиях, а также с развитием системы экологического просвещения, анализ результатов в разрезе возрастных групп позволяет говорить о более высокой включенности в экологическую тематику представителей старшей возрастной группы (старше 56 лет). Мы предполагаем, что это связано с иным социокультурным опытом данного поколения и спецификой его формирования, а также жизненными ценностями. Для современной молодежи, которая проходит процесс социализации в обществе с господствующей рыночной экономикой, ценности являются капиталистическими, когда важно получение личной выгоды или вознаграждения (как материального, так и нематериального) за участие в экологическом мероприятии или акции или за использование в повседневной жизни экологической практики.

Литература

1. *Гиусов Э.В.* Природные основы экологической культуры. – М., 1989. – С. 15–26.
2. *Ермолаева П.О.* Экологический образ жизни российского и американского студенчества: особенности проявления и проблемы формирования // Вестник Института социологии. – 2011. – № 3. – С. 236–253.
3. *Захарова В.А.* Высшее образование в системе развития экологического поведения российской молодежи // Гуманитарий юга России. – 2021. – № 3. – С. 128–137.
4. *Захарова В.А.* Экологическое поведение в современной России: мнения молодежи Южного федерального округа (по материалам фокус-группового исследования) // Кавказский мост науки. – 2022. – № 1 (15). – С. 42–52.
5. *Корунова В.О.* О политике экологизации повседневного поведения населения: анализ опыта Республики Татарстан // Научные труды центра перспективных экономических исследований. – 2021. – № 20. – С. 158–166.
6. *Тарасова О.Н.* Подростковая аудитория экологического просвещения // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2016. – № 2. – С. 193–207.
7. Ценности молодежи. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cennosti-molodezhi> (дата обращения: 26.04.2023).
8. *Яницкий О.Н.* Экологическая культура: очерки взаимодействия науки и практики. – М.: Наука, 2007. – 271 с.

ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Шаяхметова Римма Рафаэлевна

Уфимский университет науки и технологий, Уфа, Россия

Аннотация. Здоровый образ жизни населения широко обсуждается учеными и специалистами в течение последних лет. Перспективным направлением является формирование здорового образа жизни у несовершеннолетних, структура здорового образа жизни несовершеннолетних. Однако, не все социальные факторы оказывают одинаковое влияние на ведение здорового образа жизни несовершеннолетними. Цель исследования – осуществить социологический анализ здорового образа жизни несовершеннолетних в современном российском обществе. Основными методами исследования были контент-анализ российской и зарубежной литературы по здоровому образу жизни несовершеннолетних, а также он-лайн опрос, который проводился на сервисе опросов simpoll.ru. Результаты социологического исследования показали, что здоровый образ жизни несовершеннолетних требуют определенных мер среди педагогов, родителей, специалистов по молодежной политике. Несовершеннолетние оценивают состояние своего здоровья оптимистично. Из социальных факторов, влияющих в большей степени на здоровье несовершеннолетних – это «вредные привычки», «наследственность». Несовершеннолетние заинтересованы в получении дополнительной информации о способах поддержания здоровья. Основным источником получения подобной информации является интернет. Перспективы применения результатов в практической деятельности и в науке. Результаты исследования могут служить базой для разработки социальных и профилактических программ для несовершеннолетних. Теоретические и эмпирические данные могут быть использованы на курсах повышения квалификации специалистов по молодежной политике, социальных педагогов и педагогов.

Ключевые слова: несовершеннолетний, здоровый образ жизни, факторы здорового образа жизни, вредные привычки, культура питания, самочувствие.

Актуальность темы. Актуальность темы здоровый образ жизни несовершеннолетних подчеркивают стратегические документы РФ, которые были приняты в отношении несовершеннолетних. Например, в Стратегии национальной безопасности Российской Федерации определены цели государственной политики в сфере сбережения народа России и развития человеческого потенциала – устойчивый естественный рост численности и повышение качества жизни населения, укрепление здоровья граждан ... [8]. Достижения этих целей возможно путем решения таких задач как: повышение мотивации граждан к ведению здорового образа жизни, занятию физической культурой и спортом.

Национальной целью развития РФ на период до 2030 года является сохранение населения, здоровье и благополучие людей [10]. В Указе о национальных целях развития РФ одним целевых показателей выступает увеличение доли граждан, систематически занимающихся физической культурой и спортом, до 70 процентов.

Правительство РФ от 23 января 2021 г. утвердило план основных мероприятий, проводимых в рамках Десятилетия детства, на период до 2027 г., где одним из направлений является здоровьесбережение с детства. Целью этого направления является укрепление и охрана здоровья детей. Для достижения данной цели необходимо решить одну из задач «формирование навыков здорового образа жизни и культуры здоровья семьи как базовой ценности, в том числе просвещения родителей» [10].

Предмет исследования – социологический анализ здорового образа жизни несовершеннолетних в современном российском обществе.

Цель исследования – осуществить социологический анализ здорового образа жизни несовершеннолетних в современном российском обществе.

Методология исследования. Для решения поставленной цели был использован контент-анализ российской и зарубежной литературы по здоровому образу жизни несовершеннолетних и молодежи. Также в работе приводятся результаты авторского социологического исследования на тему «Факторы формирования здорового образа жизни несовершеннолетних», которое проводилось в феврале-марте 2023 года. Использовался метод он-лайн опрос, выборка случайная и составила 863 человека. Сервис опросов simpoll.ru. В опросе участвовали все желающие в возрасте от 8 до 18 лет с разрешения родителей.

Результаты исследования. По вопросам здорового образа жизни населения на сегодняшний день накоплено немало теоретических работ и практических исследований в области медицины, валеологии, философии, психологии, антропологии. Однако работ в области социологии достаточно мало.

Механизмы мотивации и критерии здорового образа жизни рассмотрены Маслоу, Г. Олпортом, К. Р. Роджерсом, Э. Фроммом и др.

Битянова М.Р., Братусь Б.С., Дубровина И.В. в работах анализировали факторы, влияющие на формирование ценностей здорового образа жизни.

Категория здоровья человека с позиций теории становления личности в различных видах деятельности представлены в трудах Ананьева Б.Г., Божович Л.И., Выготского Л.С. и другими.

Теоретико-методологические основы изучения здоровья населения, в том числе и несовершеннолетних освещены учеными Апанасенко Г.Л., Баевским Р.П., Вайнером Э.Н. и другими.

Среди социологов изучением здорового образа жизни населения занимаются Лисицын Ю.П., Степанов А.Д., Журавлева И.В., Казин Э.Н.

Большое количество научных работ в юридической литературе посвящены вопросам определения несовершеннолетних и их прав в обществе. Вопрос формулирования понятия несовершеннолетнего в социологической науке является дискуссионным.

Галкин В.А. определяет несовершеннолетнего как «человека, не достигшего определенного возраста, с которым закон связывает его полную гражданскую дееспособность, то есть способность реализовать в полном объеме предусмотренные Конституцией и другими законами страны субъективные права, свободы и юридические обязанности» [3, с. 113].

В криминологической науке «несовершеннолетний» включает две категории – детей и подростков [7, с. 21]. В статье 87 Уголовного кодекса РФ несовершеннолетний – «это лицо, которому ко времени совершения преступления исполнилось 14 лет, но не исполнилось 18 лет» [9].

Лисицын Ю.П. определяет образ жизни как «определенный, исторически обусловленный тип, вид жизнедеятельности или определенный способ деятельности в материальной и нематериальной (духовной) сферах жизнедеятельности людей», а здоровый образ жизни – «это полнота включенности человека в многообразные формы и способы социальной деятельности соответственно оптимальному и гармоническому развитию всех его структур – телесной, психической, социальной» [6, с. 53].

Казин Э.Н. рассматривает здоровый образ жизни «не просто все то, что благотворно влияет на здоровье людей, а все виды деятельности человека, направленных на охрану и улучшение здоровья» [4, с. 178].

Эксперты Всемирной организации здравоохранения в конце XX в. определили факторы, обеспечивающие здоровый образ жизни человека:

- генетические факторы – 15–20 %;
- состояние окружающей среды – 20–25 %;
- медицинское обеспечение – 10–15 %;
- условия и образ жизни людей – 50–55 %.

Черникова Е.Б. выделяет ряд ключевых положений, касающихся здорового образа жизни молодежи, в том числе и несовершеннолетних:

- активным носителем здорового образа жизни является конкретный человек как субъект и объект своей жизнедеятельности и социального статуса.

– в реализации здорового образа жизни человек выступает в единстве своих биологического и социального начал.

– в основе формирования здорового образа жизни лежит личностно-мотивационная установка человека на воплощение своих социальных, физических, интеллектуальных и психических возможностей и способностей.

– здоровый образ жизни является наиболее эффективным средством и методом обеспечения здоровья, первичной профилактики болезней и удовлетворения жизненно важной потребности в здоровье [11, с. 541].

Вайнер Э.Н. в структуре здорового образа жизни выделяет следующие факторы: оптимальный двигательный режим, рациональное питание, рациональный режим жизни, психофизиологическую регуляцию, психосексуальную и половую культуру, тренировку иммунитета и закаливание, отсутствие вредных привычек и валеологическое образование [2, с. 203].

Все исследователи, рассматривающие здоровый образ жизни подчеркивают, что в сохранении здоровья важны собственные усилия, которые носят постоянный и систематический характер.

Проанализировав работы большинства ученых можно выделить основные взаимосвязанные элементы здорового образа жизни несовершеннолетних: культура питания, активность в спортивной сфере и отсутствие вредных привычек.

В научной литературе существует несколько классификаций структурных компонентов здорового образа жизни населения, в том числе и несовершеннолетних.

Например, Березин И.П. в структуре здорового образа жизни выделяет пять практико-деятельностных компонентов, которые обеспечивают здоровье несовершеннолетнего:

- рациональное питание;
- рациональную двигательную активность;
- закаливание;
- психопрофилактику и психогигиену;
- отказ от вредных привычек [1, с. 50].

Ученые в сфере гигиены, Лаптев А.П. и Полиевский С.А., считают, что здоровый образ жизни содержит следующие элементы:

- плодотворная работа;
- рациональный режим работы и отдыха;
- искоренение вредных привычек;
- оптимальный двигательный режим;
- личная гигиена;
- закаливание;
- рациональное питание [5, с. 61].

Раевский Р.Т. включает больше элементов, которые обеспечивают здоровый образ жизни несовершеннолетним:

- рациональный труд;
- рациональное питание;
- рациональную двигательную активность;
- закаливание организма;
- личную гигиену;
- психогигиену;
- отказ от вредных привычек.
- активное взаимодействие с природой;
- самооздоровление;
- оптимальные личностные взаимоотношения;
- мотивацию к здоровью и здоровому образу жизни [6, с. 37].

Результаты авторского социологического исследования показали, юноши в целом оценивают состояние своего здоровья выше, чем девушки (табл. 1). Оценку «отлично» и «хорошо» дали своему здоровью 79,5 % юношей, против 71,3 % девушек.

Оценка собственного состояния здоровья студентами, (в %)

Состояние здоровья / пол респондента	юноши	девушки
Отличное	42,3	24,8
Хорошее	37,2	46,5
Удовлетворительное	11,1	18,3
Плохое	8,0	10,4
Затрудняюсь ответить	1,4	0

Источник: Таблица составлена на основании данных авторского социологического исследования.

В целом более половины всех респондентов оценивают свое здоровье как «отличное» и «хорошее». Из всей совокупности респондентов хроническими заболеваниями страдают почти треть: 27,2 % опрошенных.

Из социальных факторов, влияющих в большей степени на здоровье человека, по мнению опрошенных, являются «вредные привычки» (43,6 % опрошенных) и «наследственность» (20,7 % опрошенных). Третьим по популярности ответом стал «качество медицинского обслуживания» (14,7 %) (рис. 1).

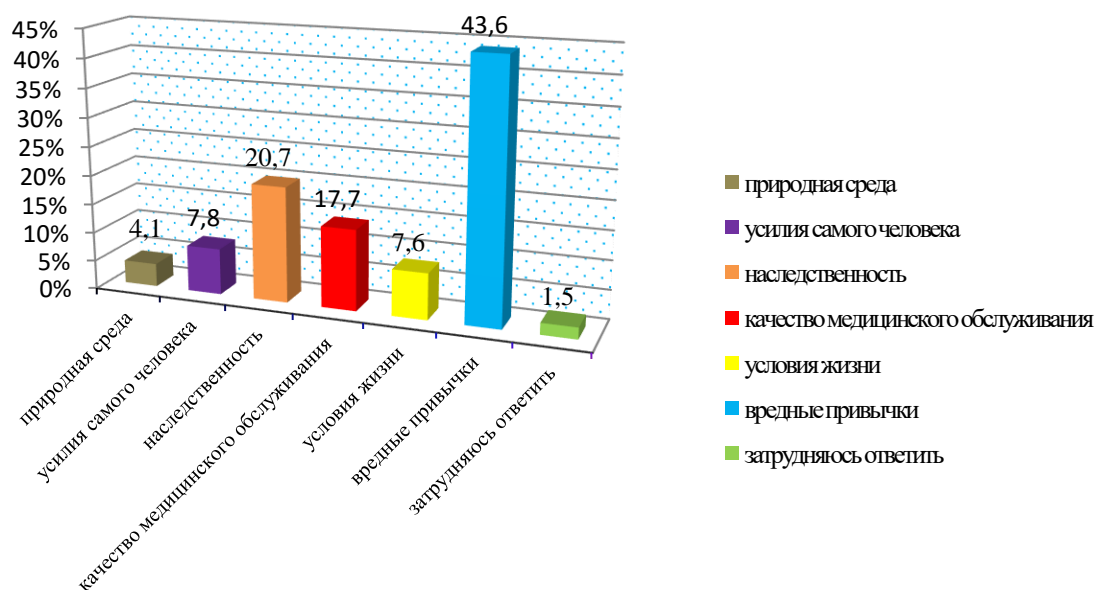


Рис. 1. Факторы, влияющие на здоровье человека, (в %)

Влияние пандемии COVID-19, как нам кажется, оказало влияние на категорию «здоровье» в иерархии ценностей, способствующих достижению жизненного успеха. Оказалось, что здоровье входит в первую тройку таких ценностей и занимает второе место (30,2 %) после «материального достатка» (49,8 %). Категория «образование» (14,3 %) «поддержка близких и знакомых» (5,7 %). Не выявлено связи между мнением по поводу основных гарантий жизненного успеха и полом респондентов.

Распределение ответов респондентов на вопрос «Как вы считаете, что способствует достижению жизненного успеха в первую очередь?» самым важным является «материальный достаток» (56,8 %) и «поддержка близких» (36,7 %).

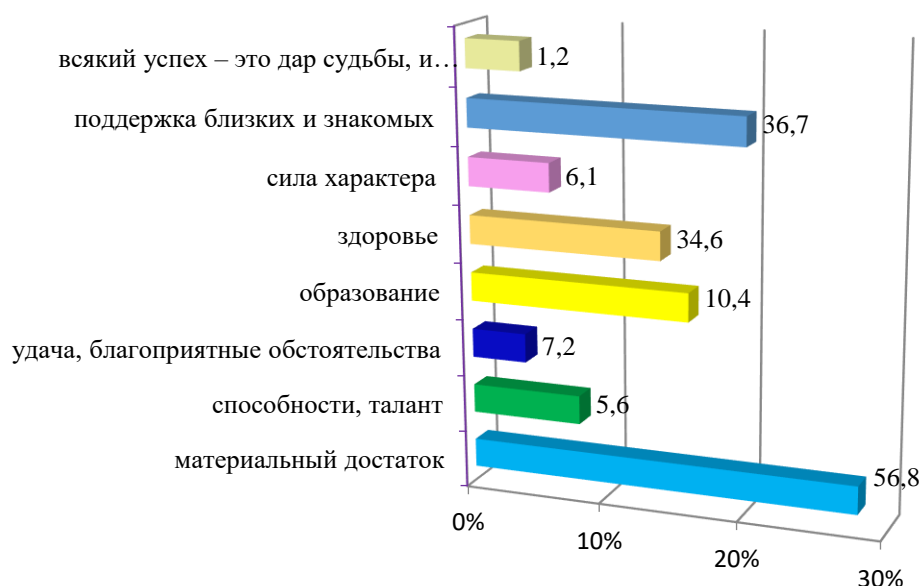


Рис. 2. Социальные факторы, способствующие достижению жизненного успеха, (в %)

В привычках питания респондентов установлена следующая закономерность: большинство юношей и девушек не ограничивают себя в питании. Девушки, с увеличением возраста, себя ограничивают. Однако, это может быть связано ни сколько с заботой о своем здоровье, сколько в поддержании хорошего внешнего вида, моды, информации в СМИ. Подробное распределение ответов респондентов на вопрос «Прибегаете ли вы к следующим ограничениям в питании?» в зависимости от пола респондентов, представлено в таблице 2.

Таблица 2

Особенности питания респондентов, (в %)

Ограничения в питании / пол респондента	Юноши	Девушки
ограничиваю себя в количестве еды	3,6	14,2
избегаю сладкого	3,4	18,1
избегаю мучного	0	15,3
стараюсь не есть поздно вечером	8	10,3
избегаю острой пищи	12,3	0
ни в чем себя не ограничиваю	69,8	36,1
избегаю употребления некачественных продуктов	2,9	6

Источник: Таблица составлена на основании данных авторского социологического исследования.

Из всей совокупности опрошенных 58 % – курили сигареты на момент исследования. Из них 78 % – юноши, 22 % – девушки. Среди респондентов только 6 % вообще не употребляют спиртные напитки. Велика доля тех, кто употребляет спиртные напитки раз в неделю и чаще. Частота употребления спиртных напитков респондентами представлена на рисунке 3.

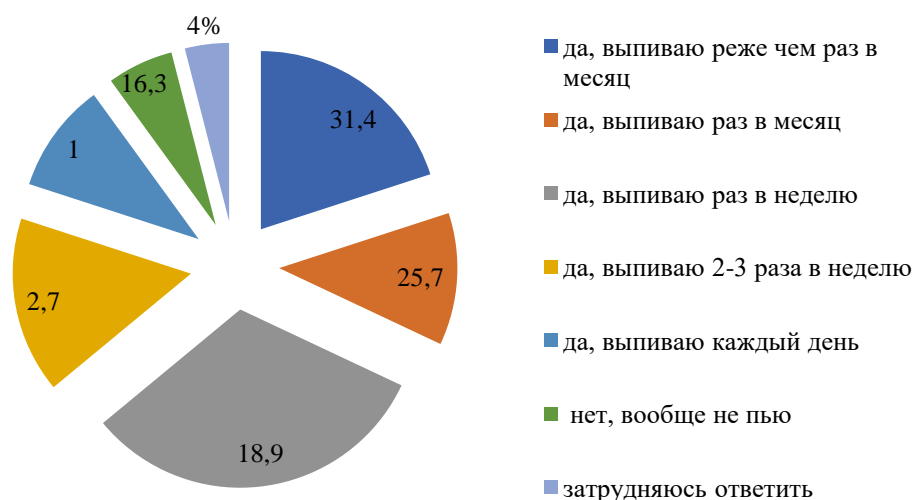


Рис. 3. Поведение респондентов в отношении спиртных напитков, (в %)

79,7 % респондентов употребляют спиртные напитки, из них часто (раз в неделю и чаще) употребляют спиртные напитки около половины опрошенных – 22,6 %.

Результаты социологического исследования показали, что более половины – 68 % опрошенных пробовали когда-либо наркотики. На момент исследования признались, что они употребляют наркотики до сих пор – 2,2 % опрошенных. На вопрос «Есть ли среди ваших знакомых те, кто употребляет наркотики?» почти треть опрошенных (28,6 %) ответили положительно.

В ходе социологического исследования мы установили степень информированности респондентов по вопросам здоровья. Оказалось, что юноши в большинстве степени были заинтересованы в дополнительной информации о способах поддержания здоровья.

Зависимость от пола респондентов прослеживается также в выборе вопросов, по которым несовершеннолетние пытались получить информацию. Так для девушек оказалась более актуальной информация по «правильному питанию» – 15,5 %, «здоровый образ жизни» – 17,6 % и «психология общения» – 22,1 % девушек.

Для юношей же наиболее актуальными была информация по закаливанию – 10,3 %, здоровый образ жизни – 14,4 %, как избавиться от вредных привычек – 20,2 %.

В ходе исследования были установлены источники, из которых респонденты получают информацию о здоровье. Самым популярным источником информации о здоровье стала глобальная сеть «Интернет» – 78,8 % опрошенных выбрали этот вариант ответа. Вторым по распространенности ответом стало «разговоры с друзьями» – 13,7 %. Третьим – телевидение – 3,2 %.

Выводы. Результаты социологического исследования показали, что здоровый образ жизни несовершеннолетних актуальная тема и требуют определенных мер среди педагогов, родителей, специалистов по молодежной политике. Несовершеннолетние в принципе в целом оценивают состояние своего здоровья как «отлично» и «хорошо». Наблюдается устойчивая тенденция к увеличению хронических заболеваний в среде несовершеннолетних (различными хроническими заболеваниями страдают примерно треть опрошенных респондентов). Из социальных факторов, влияющих в большей степени на здоровье несовершеннолетних являются «вредные привычки» (43,6 % опрошенных) и «наследственность» (20,7 % опрошенных). Несовершеннолетние заинтересованы в получении дополнительной информации о способах поддержания здоровья. Основным источником получения подобной информации является интернет.

Перспективы применения результатов в практической деятельности и в науке. Результаты исследования могут служить базой для разработки социальных и профилактических программ для несовершеннолетних. Теоретические и эмпирические данные могут быть использованы на курсах повышения квалификации специалистов по молодежной политике, социальных педагогов и педагогов.

Литература

1. *Березин И.П.* Школа здоровья. – М.: Московский рабочий, 1989. – С.49–51.
2. *Вайнер Э.Н.* Валеология: учебник для вузов. – М.: Наука, 2001. – 237 с.
3. *Галкин В.А.* Особенности назначения наказания в виде лишения свободы лицам, совершившим насильственные тяжкие и особо тяжкие преступления в несовершеннолетнем возрасте. – М.: Палеотип, 2006. – 228 с.
4. *Казин Э.М., Блинова Н.Г., Литвинова Н.А.* Основы индивидуального здоровья человека. – М.: Владос, 2000. – 230 с.
5. *Лаптев А.П., Полиевский С.А.* Береги здоровье смолоду. – М.: Медицина, 1991. – 72 с.
6. *Лисицын Ю.П.* Образ жизни и здоровье населения. – М.: Академия, 1992. – 112 с.
7. *Минина С.П.* Преступность несовершеннолетних. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского юридического института Генеральной Прокуратуры РФ, 1998. – 44 с.
8. Указ Президента РФ от 02.07.2021 г. № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации». – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/> (дата обращения: 14.03.2023).
9. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 г. № 63-ФЗ. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/ (дата обращения: 14.03.2023).
10. Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». – URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/63728> (дата обращения: 14.03.2023).
11. *Черникова Е.Б.* Комплексный подход в системе управления развитием мотивации здорового образа жизни учащейся молодежи / Воспитательная работа в ВУЗе: состояние, проблемы, перспективы развития: материалы международной научной конференции. – М.: МАНПО, 2009. – С. 540–543.

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О РОДИТЕЛЬСКИХ РОЛЯХ У ДЕТЕЙ-ВЫХОДЦЕВ ИЗ МАТЕРИНСКИХ СЕМЕЙ

Щенева Дарья Дмитриевна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В статье раскрываются основные представления детей, социализировавшихся в материнских семьях, о родительских ролях. Материнская семья как факт нарушения структуры, иерархии семьи способствует изменениям в процессах социализации детей и формировании ими мнений по поводу семьи как малой социальной группы. Отсутствие отца в жизни ребенка вносит свои коррективы во взгляды детей на семью в целом. На основе анализа эмпирических данных помимо представлений об отцовских и материнских ролях рассмотрены такие феномены, как стигматизация детей из материнских семей и стереотипизация материнских семей, а также основные представления о будущих семьях детьми-выходцами из неполных материнских семей.

Ключевые слова: Семья, материнская семья, отцовская роль, материнская роль, родительские обязанности.

Современное российское общество в последние годы характеризуется увеличением числа неполных семей, причем с большим преимуществом материнских: процент неполных семей от общего числа домохозяйств составляет 22 %, среди них 15 % – материнские се-

мы [1]. Распространение изменений в структуре семьи сопровождается размыванием границ между семейными ролями, их смешением, замещением и пересечением друг с другом в представлениях детей. Особенно заметными такие эффекты становятся в материнских семьях, где роль одинокой матери охватывает роли обоих родителей, в связи с чем ребенку становится сложно сформировать четкое, единое представление о родительских и семейных ролях в целом. К тому же стоит отметить, что взгляды детей подвергаются различным изменениям в связи с современными тенденциями, происходящими в разных сферах жизни общества – постепенному отходу от консервативных взглядов и переходу к более демократическим.

Российские авторы изучают неполные семьи в целом под разными углами, однако основными направлениями являются следующие: процесс социализации в неполных семьях, проблемы, с которыми непосредственно сталкиваются монородительские семьи, взаимоотношения родителей и детей в рамках неполной семьи. Так, проблемы, связанные с социализацией детей в неполных семьях, были определены в работе Н.П. Ивановой «Неполная семья: особенности социализации детей» [2], где также изложены: типология неполных семей, особенности социализации подростка в семье с одним родителем, положительные аспекты жизни в семье с одним родителем, похожей проблематике посвящена работа «Современные социальные проблемы детей, воспитывающихся в неполных материнских семьях» М.В. Шатухи [3]. В.Н. Егорова и Н.В. Матвеева подробно описали тонкости взаимоотношений одинокой матери и детей в рамках материнской семьи в работе «Детско-родительские отношения в материнской семье» [4]. Столкновение неполной семьи с проблемами в социуме описывает Д.А. Киряева в статье «Социально-экономические проблемы современных российских полных и неполных семей: социологический анализ» [5], где подробно излагается тема финансового обеспечения и благополучия неполной семьи, ее малообеспеченности, а также определяются сложности, связанные с этими аспектами. Непосредственно семейные роли в представлении молодежи из монородительских семей описал В.М. Дахно в работе «Идентификация с семейными ролями у юношей и девушек из полных и неполных семей» [6]. Последняя работа стала непосредственно близкой к теме исследования автора.

Материнская семья – явление, которое встречается в наше время достаточно часто. Это тот тип семьи, который включает в себя единственного родителя в лице матери и одного или нескольких несовершеннолетних детей. Реже, но все же встречающийся случай, – это осознанный выбор женщины быть матерью-одиночкой. Их называют «матери-одиночки по выбору» [7], и в большинстве случаев они находятся в наилучшем материальном положении, чтобы суметь содержать семью с одним или несколькими детьми.

Неполная материнская семья – явление, которое охватывает два аспекта: матерей, которые сознательно берут на себя ответственность за самостоятельное воспитание детей, и матери, которые воспитывают детей в одиночку в силу определенных жизненных обстоятельств. В современном мире чаще такой вариант охватывает ситуации, где потребности в детях как таковой могло не быть [4].

Н.А. Цветкова [8] утверждает, что в связи с трансформацией семейных ролей в современном мире изменяются роли матери и отца. Процессы феминизации и эмансипации приводят к появлению такого явления как «новое отцовство». Отец должен заботиться о ребенке, заниматься его воспитанием наравне с матерью; границы между отцом и матерью постепенно размываются. Но таких отцов мало из-за распространенности неполных семей, в большинстве своем материнских. В таких случаях отцы редко участвуют в жизни своих детей, впоследствии развода мужчины реже общаются с ребенком. Отношение матери к отцу также играет свою роль: мать далеко не всегда позволяет отцу общаться с ребенком. Таким образом, трансформация семейных ролей затрагивает непосредственно роли отца и матери, однако из-за распространения монородительских семей в обществе не наблюдается массовость этого явления.

Работы В.М. Дахно [6], М.В. Рогожиной [9], О.Н. Безруковой [10] позволяют говорить о том, что у юношей из неполных семей либо совсем нет представлений о практической части отцовства, либо они достаточно искажены, а сильное влияние на них имеют медиа-

пространство и школа, ближайшее окружение. Заводя собственную семью, молодые люди из монородительских семей непосредственно сталкиваются с практикой отцовства, в процессе чего представления об отцовстве формируются или активно дополняются.

В исследовании А.А. Реана [11] рассматривается значимость матери в неполных и полных семьях: респонденты из неполных семей утверждают, что мама для них в первую очередь должна быть заботливая (88 %), добрая, аккуратная, авторитетная и надежная, семейственная. В данном случае прослеживается тенденция к авторитетности матери, чего у респондентов из полных семей не наблюдается, и это не случайно: мать переняла на себе весь функционал обоих родителей, и в ее описании в лице респондентов появляются и условно «отцовские» черты.

Важным фактором в социализации детей из неполных семей являются трудности с идентификацией пола. В работе Н.П. Ивановой [4] этот факт является одним из шести основных признаков социализации подростков в неполных семьях. Ребенок не понимает, с какой из взрослых ролей себя соотносить, а также ему сложно осваивать и отличать между собой условно женские и мужские обязанности, т.к. в его семье представлен лишь один родитель, выполняющий роли за двоих одновременно.

Автором статьи для более подробного изучения данной темы был выбран метод полуструктуризованного интервью для эмпирической части исследования. Так было проведено семь полуструктуризованных интервью с детьми-выходцами из материнских семей в возрасте 18-24 лет, из которых было шесть девушек и один юноша.

Анализ первичных данных позволил сделать разные выводы. Так, была замечена следующая закономерность: все респонденты отметили, что об отце в неполной семье матери стараются с ними не разговаривать: они либо всячески избегают этой темы, либо отзываются об отце в очень негативном ключе, из-за чего сами дети стараются не начинать разговоры о нем. *«Я еще с детства старалась не спрашивать про него особо, для нее это большая тема. Да и самой было как-то страшно»* (Рената, 21 год). Такая закрытость матери в общении ограждает ребенка от взаимодействия с материнской ролью и становится преградой к пониманию роли отца ребенком, т.к. мать старается всячески избегать темы супруга.

Один из блоков вопросов был связан со сравнением с другими людьми. Информанты хотели бы избавиться от такого качества как сравнение с окружающими, потому что это их скорее демотивирует. Подтверждается факт, что дети из материнских семей чувствуют на себе стигму ребенка из неполной семьи. При этом стоит заметить, что рассказывать о факте жизни в материнской семье у них трудности не вызывает, однако если нет необходимости, предпочитают не рассказывать об этом.

В разговоре о семейных ролях был задан следующий вопрос: *«Часто в неполных семьях члены семьи берут на себя больше ответственности и таким образом пытаются заместить роль отсутствующего члена семьи. На основе опыта, скажи, можешь ли ты заменять кому-то другого члена семьи?»* В семьях, где у матери уже сложились отношения с другим мужчиной, дети не чувствовали ничего подобного. Однако прослеживается два момента, на которые стоит обратить внимание. В семьях, где есть двое детей, информанты подчеркивают, что старшие стараются быть более трудолюбивыми и ответственными, чувствуют на себе ношу «старшего»: *«я всегда чувствую, что должна делать больше... Я понимаю, что я не замещу ему отца никогда, потому что я не отец, я не мужчина, но я стараюсь делать для него больше, я говорю ему, что я его люблю, я помогаю ему как-то финансово немного... Часто привожу ситуации, которые сама видела с папой... показать, что его папа был именно таким, то есть именно словами донести до него пример нашего папы»* (Елизавета, 20 лет). Можно предположить, что старшие дети в силу отсутствия отца в семье чувствуют обязательство делать больше для своих братьев и сестер, чтобы отстранить их от тех разного рода проблем, с которыми столкнулись сами.

Специфический характер социализации в материнской семье отмечает единственный информант-юноша: *«я вообще себя чувствую иногда таким, ну... главой семьи. Типа старший брат, отца нет в семье, сейчас еще 18 исполнилось, и прям себя взрослее еще почув-*

ствовал. Ну, вообще, мне кажется, что я просто для брата как папка иногда, у нас с ним общение-то хорошее, он мне доверяет, обращается иногда за советом... Ну, она (мама) мне доверяет, знает, что я так-то ответственный и дает мне иногда такие задания посложнее – то по дому, то брата куда-то свозить в другой город на соревнования, то еще что-то. Поэтому, наверно, иногда себя как папа чувствую» (Даниил, 18 лет). Несмотря на то, что в семье есть мать, фактически содержащая семью и являющаяся авторитетом (что было определено в ходе интервью), старший сын в определенных ситуациях ощущает на себе роль главы семьи. В данном случае эту особенность можно связать с фактическим отсутствием старшего мужчины (отца) и старшинством по мужскому полу – для информанта, с его точки зрения, как выяснилось, отец и является главой семьи.

Переходя непосредственно к родительским ролям, необходимо было выяснить, какова реальная ситуация в каждой семье – как в рамках их семей распределены обязанности. В большинстве своем мать совмещает работу и домашние обязанности, а дети, чувствуя ответственность и необходимость помощи матери, активно участвуют в реализации домашних обязанностей. Наблюдается большая самостоятельность каждого из членов семьи, отсутствует четкое закрепление ролей и обязанностей за разными членами семьи.

Говоря непосредственно о роли матери, четко выделялся экспрессивный окрас материнской роли, то есть мать в их понимании должна быть более эмоциональной, поддерживающей. «Мама, мне кажется, должна чуть меньше, чем мужчина работать. Она должна уделять внимание детям, заниматься с ними, по дому дела тоже делать» (Даниил, 18 лет). «Быть мамой. Ну, типа, просто выслушивать, общаться нормально со своим ребенком. Быть как подруга» (Алина, 18 лет). При этом для детей из материнских семей факт наличия работы у мамы – не то, что норма, а обязанность, что иллюстрирует более демократический взгляд на роль матери. «Работать, быть самостоятельной... независимой» (Ксения, 19 лет). «Ой, мама должна уметь все: готовить, там, следить за домом, работать, иметь свои хобби тоже, наверно» (Рената, 21 год). «Если про обязанности говорить, то, не знаю, держать дом в порядке, создавать уют. Работу иметь тоже» (Ангелина, 24 года). Ответственность и независимость матери в глазах ребенка объясняются наличием единственного родителя, отвечающего за все аспекты жизни ребенка и дома в целом. Интересно то, что информанты не всегда имели в виду буквально обязанности в качестве какой-либо деятельности, а, скорее, качества, черты, которые, по их мнению, должны быть присущи «хорошей» матери. Умение слушать, поддерживать, общаться с ребенком на одной волне – также «обязанности» матери для некоторых информантов. Данная особенность подтверждает эмоциональный окрас материнской роли.

Говоря о роли отца, удалось проследить наличие более традиционных взглядов, а также отсутствие эмоционального характера отношений в отличие от матери. Роль отца для информантов более практическая – связана с работой и безопасностью. «Взять иногда ситуацию под контроль. Зарабатывать деньги – точно да, но и мать тоже должна. Но, вот, отец должен в первую очередь. Детям надо помогать с самоопределением каким-то – помогать с секцией какой-нибудь, с учебой, проводить время свободное с ними» (Алина, 18 лет). «Хм...содержать семью, решать все проблемы в семье» (Даниил, 18 лет). «Держать дом и семью в безопасности» (Ангелина, 24 года). Стоит также заметить, что именно роль отца далась для изложения наиболее сложно – отсутствие опыта не дают информантам уверенности в сказанном. На вопрос «Чему, как ты думаешь, можно научиться от папы?» информанты чаще всего отвечали неуверенно. Видимо, опять же в силу отсутствия опыта или непродолжительного опыта жизни с отцом/отчимом. Основными чертами они назвали смелость, трудолюбие, «легкость на подъем». Также была упомянута необходимость быть примером: «Должен быть хорошим примером для своей дочки, чтобы видеть, как себя мужчина должен вести... Поддерживать своих детей, давать им все возможное, чтобы они чувствовали себя, как все, а не выделялись на фоне других» (Рената, 21 год).

В ходе разговора о ролях матери и отца с некоторыми информантами удалось определить, что они, во-первых, не видят разницы между ролями отца и матери, и, во-вторых, при-

держиваются мнения, что мать и отец должны выполнять свои роли вместе, не деля их друг между другом. *«Я сейчас понимаю, что я не хочу разделять папу и маму, для меня они, скорее, равны, сейчас я смотрю на это так... Оба должны уметь готовить, оба должны... условно... водить машину, выполнять домашние обязанности, ухаживать за детьми, папа может делать дочери прическу, папа может отвезти в школу, мама может отвезти в школу... Оба родителя могут помочь с домашним заданием... То есть ну для меня они наравне. Я видела в своей семье, что папа работает, мама готовит, мама убирает, мама делает все по дому, папа по дому не делал ничего. Для меня ребенка это было нормально, а сейчас я понимаю, что я так не хочу. Вот»* (Елизавета, 20 лет). *«...Все эти дела по дому тоже должен решать, лучше вместе уж с мамой... Воспитывать детей тоже, потому что это оба родителя должны делать, это уж точно, а не так, что мама одна это все тащит»* (Даниил, 18 лет). *«Оба родителя, которые просто должны быть хорошими, заботливыми родителями... Ну, и присутствовать в жизни своего ребенка»* (Ксения, 19 лет).

Интересная закономерность: в своих ответах о семейных ролях интервьюируемые говорят то, что является обратным их ситуации. Они говорят через призму своей семьи, и представляют, что в семье «должно быть не как у них».

Для прослеживания того, что демократические и консервативные взгляды на семью пересекаются, был задан вопрос: «Что ты думаешь о таких часто встречающихся фразах, как «отец – глава семьи», «мама должна уделять гораздо больше внимания ребенку, нежели отец», «отец – добытчик, а мать – хранительница очага»? В большинстве своем эти фразы устаревшие для информантов, однако некоторые согласились с главенством отца в семье. Особенно ярко это прослеживается в ответах единственного молодого человека: *«отец – глава семьи, это да, с этим я согласен. В полной семье должен быть отец главой. А, вот, внимания должно быть поровну, и от папы, и от мамы»* (Даниил, 18 лет). Его взгляды более традиционны в сравнении с ответами девушек.

В вопросе «С какими стереотипами о неполных семьях ты или твои родные сталкиваются?» три девушки отметили, что, по мнению их знакомых, у девушек возникают сложности при построении отношений с противоположным полом, а также, что *«дочка из такой семьи беззащитная»* (Ангелина, 24 года). Помимо этого трое информантов указали, что есть мнение о психологических и финансовых сложностях жизни в материнской семье, впрочем, сами девушки не согласны с этим и утверждают, что их материальное положение их вполне устраивает. *«Главное, что я слышала, что жить в неполной семье очень тяжело. Я бы так не сказала. Если ты сам сильный и мама рядом сильная, то все хорошо»* (Ксения, 19 лет). Даниил при ответе на этот вопрос указал, что пара его знакомых относились к нему как к «маменькиному сынку»: *«Слышал в школе пару раз от одноклассника типа «маменькин сынок», но никак на это не реагировал. Я этого человека никак не воспринимаю просто.»* Елизавета, которая имеет младшего брата, также указала на страх того, что ее брат может столкнуться с травлей: *«я боюсь немного за брата, потому что мне кажется, что подростки могут это резко воспринимать, что могут упрекнуть его, посмеяться, подшучивать. В этом плане я за него переживаю».*

Итак, автором работы были выявлены основные понятия, проанализированы отечественные исследования в рамках социологии семьи, а также собраны и проанализированы первичные данные, в результате чего определены основные представления о родительских ролях. Стоит отметить, что семья – это, в первую очередь, одна из важнейших социальных групп в жизни индивида. Внутри семьи человек удовлетворяет основные потребности, учится коммуникации, формирует свое мировоззрение, свои убеждения, усваивает социальные нормы и исполняет их. Изменения в составе семьи могут приводить к нарушениям в ее функционировании. Так, неполная семья имеет специфические черты, при которых вышеперечисленные процессы имеют способность нарушаться.

Рассмотрение темы материнских семей необходимо для того, чтобы проследить, как формируются представления о семье у детей из этого типа неполных семей. Было определено, что представления о родительских ролях несколько размыты и не имеют четких границ.

В монородительской семье роль единственного родителя в большинстве случаев выступает в формате симбиоза двух типичных ролей матери и отца. Их объединение в одном лице, а также возможные сложные отношения с этим родителем приводят к нарушениям в идентификации ребенка с одной из родительской ролей, а также формированию собственного мнения насчет построения семьи и мнений по поводу ее функционирования.

При описании ролей отцу приписывают чаще практические, инструментальные характеристики, а для матери – экспрессивные, связанные с эмоциональной поддержкой. При этом взгляды на собственную и будущую семью не зависят от типа неполной семьи. Большинство положительно настроены на создание семьи и также планируют рождение и воспитание детей. Достаточно распространены мнения о необходимости построения партнерского типа семьи в будущем. Но несмотря на подобные трансформации в рамках семьи, на данный момент они просто не готовы полностью вытеснить традиционные ценности, которые информанты из неполных семей воспроизводят в рассказах и рассматривают в качестве модели поведения. Таким образом, в обществе переплетаются, совмещаются традиционные, патриархальные устои и демократические взгляды на семью, распределение внутри нее ролей, поведение каждого из членов семьи, что распространяется и на взгляды детей, социализировавшихся в неполных материнских семьях.

Литература

1. Прокофьева Л.М., Корчагина И.И. Неполные семьи с детьми в России: масштабы распространения и материальная поддержка / Л.М. Прокофьева, И.И. Корчагина // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2020. – № 9-1. – С. 172–179.
2. Иванова Н.П. Неполная семья: особенности социализации семей / Н.П. Иванова // Социальная педагогика. – 2011. – № 6. – С. 115–121.
3. Шатуха М.В. Современные социальные проблемы детей, воспитывающихся в неполных материнских семьях // Социально-психологические проблемы современного общества и человека: пути решения: материалы международной научно-практической конференции. – 2015. – № 1. – С. 227–229.
4. Егорова В.Н., Матвеева Н.В. Детско-родительские отношения в материнской семье // Современные исследования социальных проблем. – 2018. – Т. 9. – № 10. – С. 37–53.
5. Киряева Д.А. Социально-экономические проблемы современных российских полных и неполных семей: социологический анализ // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. – 2020. – № 1 (4). – С. 310–318.
6. Дахно, В.М. Идентификация с семейными ролями у юношей и девушек из полных и неполных семей // Человек. Сообщество. Управление. – 2017. – Т. 18. – № 3. – С. 81–94.
7. Сергеев Д.В. Социология современной книжки-картинки: одинокое материнство по выбору и его влияние на детскую // Детские чтения. – 2022. – № 2. – С. 174–195.
8. Цветкова Н.А. Трансформация семейных ролей как ведущая тенденция современного этапа развития института семьи // Журнал «Школа будущего». – 2018. – № 4. – С. 39–44.
9. Рогожина М.В. Формирование представлений об отцовстве у юношей из неполных семей // Современные исследования социальных проблем. – 2012. – № 6 (14). – С. 11–23.
10. Безрукова О.Н. Готовность к отцовству: факторы, условия и предпосылки // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2007. – № 2. – С. 98–109.
11. Реан А.А. Восприятие матери: общие тенденции и гендерно-социальные особенности // Национальный психологический журнал. – 2017. – № 2 (26). – С. 85–91.
12. Ефлова М.Ю., Галиева Э.Р. Репродуктивное поведение в современном российском обществе: стратегии институционализации и сценарии реализации // Научный Татарстан. – 2018. – № 4. – С. 5–19.

СЕКЦИЯ «ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ, СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ, ОБРАЗОВАНИЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТРАЕКТОРИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ»

МЕТОДОЛОГИЯ ПОНЯТИЯ «БЕДНОСТЬ» КАК СОЦИАЛЬНОГО ФЕНОМЕНА

Аксакалова Мадина Кенжебековна

*Казахский национальный женский педагогический университет (КазНацЖенПУ),
Казахстан, Алматы*

Аннотация. В социологии бедность рассматривается как острая социальная проблема, своего рода «язва» на теле общества, так как ее разрастание может привести к болезни всего организма. Несмотря на то, что крайняя форма бедности - нищета не является настолько широким явлением, но ее наличие свидетельствует о неразвитости общества и рисках для власть предержащих. В данной статье рассмотрена методология понятия «бедность» в истории социологической мысли.

Ключевые слова: бедность, нищета, социал-дарвинистское направление, функционализм, теория постиндустриального общества.

В общественной жизни бедность и ее крайняя форма – нищета, оцениваются как социальное зло. Состояние бедности не позволяет человеку и обществу реализовать свои потенциальные возможности, а, следовательно, развиваться с наибольшей эффективностью. Именно поэтому бедность связывают с регрессом в общественном развитии, чем обуславливается необходимость рассмотрения бедности как острой социальной проблемы. В западной социологии сложилось целое научное направление – социология социальных проблем, в рамках которого с различных теоретических позиций обосновывается, что представляет собой социальная проблема, что ее обуславливает, как ее изучать и решать. Социальная проблема – это объективное противоречие, приводящее к нарушению пропорций социального функционирования и развития и вследствие этого – к дисбалансу интересов различных социальных групп, к разрушению доминирующих социальных ценностей.

Исследуя историю социологической мысли, можно отметить, что изучение проблемы бедности было актуальным и соответствовало особенностям определенного этапа развития общества. Впервые изучение проблемы бедности было рассмотрено в XVIII в. с позиции социал-дарвинистского и социал-уравнительного подходов.

Представители социал-дарвинистского направления (А. Смит, Г. Спенсер, Т. Мальтус, Ф. Гиддингс, Д. Рикардо, Ж. Прудон) [1, с. 57] рассматривали бедность как положительное явление, участвующее в развитии экономики. Ученые этого направления отстаивали принцип личной ответственности за материальное благополучие каждой конкретной семьи, говорили о неизбежности социального неравенства. Отрицание возможности социального равенства придавало бедности законный характер. Отношение к бедности как к пороку подкреплялось еще и тем, что либеральная экономическая идеология построена на протестанских традициях. В соответствии с концепцией «имманентной справедливости», человек получает вознаграждение уже в этой жизни. Текущая светская жизнь также является равноправной составляющей бытия, что отвергает классический христианский тезис о несравнимой ценности жизни загробной (характерный также и для православной теологии). Таким образом, по концепции имманентной справедливости богатство является проявлением божьей милости, а бедность – неизбежным социальным злом, наказанием за земные грехи.

С другой стороны, бедность является порождением капитализма. Становление рыночной экономики впервые в истории породило государство, которое сознательно сделало голод

средством политического господства. Таким образом, бедность в буржуазном обществе вызвана не недостатком материальных благ, она является целенаправленно и рационально созданным социальным механизмом жесткого экономического принуждения.

А. Смит, рассматривая возникновение богатства и его распределение в работе «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776), отмечал тот факт, что уже на первых этапах становления социального антагонизма возникает общество, «допускающее большое неравенство состояний, и нет периода, в котором бы богатство давало большую власть тому, кто владеет им» [2]. Очевидно, что излишки благ не только привели к образованию классов, но и заставили часть людей смириться со своим нищенским существованием. Бедность и богатство рассматривались им как своеобразные стимулы развития экономики; однако с ростом производительности труда предполагалось устранение крайних проявлений бедности.

А. Смит под предметами первой необходимости понимал все, без чего по обычаю страны не может обходиться человек даже самого низшего ранга. Ж. Прудон, кроме факторов физического выживания, выделял также и потребности человека соответствовать принятым в данном обществе стандартам. Он выделил два типа бедности: сравнительную (относительную) и абсолютную [3].

Но, несмотря на рост общественного богатства, бедность в развитых странах не уменьшалась. Объясняя такой парадокс, Т. Мальтус в труде «Очерк о законе народонаселения» (1798) писал о естественном законе народонаселения как о причине бедности и нищеты народа, их неустранимости и в будущем. Согласно данному закону, существует объективная тенденция роста необходимых людям благ в арифметической прогрессии, а численности населения – в геометрической. Разница между ними порождает избыток населения и недостаток продуктов питания, и неизбежно возникает бедность, следовательно, в этом виноваты сами бедные. А система государственной помощи поощряет размножение бедных слоев. Поэтому масштабы бедности саморегулируются посредством голода и эпидемий [4].

Мальтус исходил из статистических данных своего времени. Жизнь и развитие экономики опровергали его мнение. Но он выдвинул важную проблему регулирования населения, контроля над рождаемостью, с которой сейчас пытаются справиться развивающиеся страны (Индия, Китай, страны Африки).

Г. Спенсер, один из сторонников эволюционной теории развития общества, считал выживание самых приспособленных основным законом социального развития. По его мнению, бедность играет положительную роль, будучи движущей силой развития личности. Основная идея о свободе рациональных рыночных субъектов в достижении успеха предполагала функциональную связь индивидуального поведения и бедности: в силу различных способностей и прилежания результаты труда оказываются разными. Таким образом, бедность представлялась следствием недостаточности личных усилий, а также инструментом изоляции несостоятельных граждан в либеральном обществе. Изменение характера этой связи через государственное вмешательство считалось неприемлемым и даже опасным для общества. Государственное вмешательство означало ограничение свободы деятельности людей, а помощь одним за счет других - перераспределение благ, а не ликвидацию бедности. Чем больше живущих на государственные пособия, тем меньше число живущих трудом. Поэтому отношениями между людьми должен управлять не внешний, а внутренний закон. Вмешательство государства оправдано только в том случае, если оно гарантирует равные права и возможности [1].

Понимание бедности как неотъемлемой части капиталистической системы и оценки ее как блага для всего общества привело к возникновению групп населения, для которых нищета становится образом жизни, происходит «включение» их в культуру бедности. Наибольший резонанс вызвала концепция «культуры бедности», разработанная О. Льюисом. Согласно его концепции, изоляция бедных в обществе происходит через особую, передаваемую из поколения в поколение, культуру [1].

Все вышеизложенное позволяет сделать вывод, что, согласно социал-дарвинистской концепции, детерминизм на уровне индивидов возлагал ответственность за бедность на тех, кто не вписывался в рыночные правила и в качестве «слабого» исключался из состоятельных слоев, но оставался равноправным членом либерального общества. В практическом смысле такая трактовка бедности означает недопустимость социальной поддержки бедных путем перераспределения благ.

Приверженцы социал-уравнительного подхода (К. Маркс, Ф. Энгельс, Э. Реклю), напротив, причисляли бедность к ненормальному явлению, с которым необходимо бороться. Приверженцы этого направления в изучении бедности однозначно трактовали бедность как социальное зло, с которым нужно бороться. Если социал-дарвинизм исходил из индивидуальной ответственности за бедность, то марксизм разработал подходы к анализу социальных причин бедности. Бедность напрямую связывалась с особенностями капиталистического способа производства и зависимого положения трудящихся от капиталистов, эксплуатируемых от эксплуататоров. Классовое деление в зависимости от положения в системе общественного производства считалось основной причиной бедности.

Маркс резко критиковал Мальтуса, переносившего биологические законы борьбы за существование на законы развития общества и поэтому не сумевшего понять социальную природу бедности. Он считал нищету и бедность неизбежными спутниками капиталистического общества, ориентированного не на повышение благосостояния трудящихся, а на получение максимальной прибыли. К. Маркс приходит к выводу, что «по мере накопления капитала положение рабочего должно ухудшаться, какова бы ни была, высока или низка, его оплата» [5].

Последнее подчеркивается К. Марксом в «Капитале», где говорится: «Чем больше общественное богатство, функционирующий капитал, размеры и энергия его возрастания, а, следовательно, чем больше абсолютная величина пролетариата и производительная сила его труда, тем больше промышленная резервная армия. Свободная рабочая сила развивается вследствие тех же причин, как и сила расширения капитала. Следовательно, относительная величина промышленной резервной армии возрастает вместе с возрастанием сил богатства. Но чем больше эта резервная армия по сравнению с активной рабочей армией, тем обширнее постоянное перенаселение, нищета которого прямо пропорциональна мукам труда активной рабочей армии. Наконец, чем больше нищенские слои рабочего класса и промышленная резервная армия, тем больше официальный пауперизм. Это – абсолютный, всеобщий закон капиталистического накопления» [6].

Одновременно с К. Марксом подобные положения сформулировал и Ф. Энгельс в своей работе «Положение рабочего класса в Англии» (1845). Ф. Энгельс считает, что самым откровенным провозглашением войны буржуазии против пролетариата является теория народонаселения Мальтуса и опирающийся на нее новый закон о бедных. Ф. Энгельс пишет, что «Мальтус, называя бедняка, или вернее безработного, «излишним», объявляет его преступником, которого общество должно карать голодной смертью» [7].

К. Маркс и Ф. Энгельс выделяли три типа бедности: абсолютную, социальную и относительную физическую. Абсолютная бедность означала, что рабочий может предложить только один товар – свою рабочую силу и сам противостоит богатству всего лишь как рабочая сила. Показателем социальной бедности, или относительного обнищания рабочего класса, представлялась норма эксплуатации, тесно связанная с величиной расхождений между оплаченным и неоплаченным трудом или долей зарплаты трудящихся в национальном доходе. Физическая бедность отражала подчинение потребления рабочего класса целям капиталистического накопления.

Разработанная К. Марксом и Ф. Энгельсом типология бедности подтверждает базовое положение о том, что бедность – результат особых социальных отношений в капиталистическом обществе – отношений эксплуатации, обусловленных отношением собственности, определяющих классовую структуру общества. В качестве критериев бедности выступали

собственность на средства производства и мера эксплуатации. При этом они исследовали не саму бедность, а существующее экономическое неравенство и причины классового антагонизма, социального конфликта. В основе марксистской концепции классов лежит объективно структурированное экономическое неравенство. Класс конституируется не убеждениями людей, а объективными условиями, которые позволяют иметь больший или меньший доступ к материальному вознаграждению. Только пролетарская революция и радикальное переустройство общества могут победить бедность. Ключевая идея состоит в том, что существует привилегированный и влиятельный социальный класс, объективно заинтересованный в сохранении бедности [5].

Следует также сказать, что по мнению родоначальников марксизма, проблема неравенства возникла в тот день, когда семья стала создавать больше продуктов, чем необходимо было для ее поддержания. Именно с этого момента внутри общинного целого началось формирование нового типа отношений, стали возникать различные уровни потребления, часть продукта стала перераспределяться в пользу высших слоев и каст. Укрепляясь по мере роста разделения труда, данный порядок порождал все новые элементы социального неравенства.

Таким образом, в рамках эгалитарного направления рассмотрение бедности именно в социальном контексте может раскрыть ее реальную природу и причины. Полное преодоление бедности возможно только с изменением политико-экономической системы через социальный протест и мобилизацию эксплуатируемых масс против правящих классов. При этом признается возможность «договора» и институциональной регламентации условий жизни в бедности, препятствующих ее воспроизводству и росту. В целом, для детерминистской традиции характерно представление о функциональной связи неравенства, свойственного капиталистической системе, и бедности, некотором сужении причин бедности и о возможности ее преодоления – создания общества всеобщего благоденствия.

Сторонники *веберовского подхода* объясняли бедность разными причинами, среди которых главной является экономический ресурс, где особо выделяется наличие собственности. Но ее устранение, как источника неравенства, не решит проблему бедности, поскольку всегда возможно появление других факторов. Так, важную роль М. Вебер уделял статусу, характеризующемуся через престиж и почести, и партиям, которые объединяют людей по взглядам, целям, интересам, могут базироваться на различных принципах и ценностях, являются источником влияния. Статус во многом зависит от профессиональной занятости, квалификации, способности конкурировать на рынке труда. М. Вебер в каком-то смысле отразил в своих работах переход от сословного и классового деления общества к социальным слоям, выделяемым по экономическому и профессионально-квалификационному критериям. Так, он отмечает, что как имущие, так и неимущие могут относиться к одной социальной группе (например, сословию) в силу схожего статуса: «Термин «дворянская бедность» – один из примеров. Различия в экономических ресурсах и обладании собственностью приводят к разным жизненным шансам изменения своей судьбы, а различия в статусе ведут к формированию определенного стиля жизни, субкультуры социальной группы. Так, Вебер выделял «позитивно привилегированный» и «негативно привилегированный» классы. Бедность была характерна для второго, состоящего из рабочих, у которых не было собственности, квалификации, специальных навыков и умений, пригодных для выгодной продажи на рынке труда. Помимо собственности и квалификации М. Вебер также выделяет факторы религии, расы, физической привлекательности и «социальной ловкости», которые определяют положение индивида в обществе. Таким образом, с точки зрения веберовского подхода можно выделить экономический, профессионально-квалификационный и политический факторы бедности. К ресурсам, нехватка которых, приводит к бедности, можно отнести:

- повышение квалификации и способность к управленческому труду;
- обретение собственности;
- повышение социального статуса и престижа;
- расширение жизненных шансов, следование новому стилю жизни;

– получение доступа к власти через принадлежность к партии.

Исследователями XX в. были обнаружены новые качественные изменения в феномене бедности. Эти изменения и подтолкнули социологов к поиску новых концептуальных подходов, раскрывающих представления о данном явлении. В стратификационном подходе к исследованию неравенства П. Сорокин отмечал: «что в обществе возможны не только построенная иерархия социальных групп, но и выделение определенного числа социальных пластов» [8, с. 302]. Отличительной чертой данного подхода выступает деление общества на высшие, средние и низшие слои населения. Бедность причисляют к эволюционирующей категории, так как происходило обогащение, дополнение и уточнение классических социологических подходов новыми идеями и концептами.

Представители *функционализма* (Т. Парсонс, Л. Уорнер, К. Дэвис и У. Мур) рассматривают бедность как результат разных индивидуальных и приобретенных способностей, а также роли, которую играют индивиды в обществе. Т. Парсонс, в частности, отмечал, что разные виды деятельности и человеческие качества оцениваются неодинаково, их оценка зависит от системы ценностей, целей общества, которые могут иметь особую важность в социальной системе [9]. По мнению К. Дэвиса и У. Мура, социальная позиция, занимаемая индивидами, соответствует наличию или отсутствию особых талантов, наследуемых от родителей, или же приобретенной специальной подготовки. Это приводит к оценке и дифференциации людей по их способностям и полученным навыкам. Одним из главных показателей социального статуса, наряду с властью и престижем, становится экономическое вознаграждение. «Общество может пользоваться уникальной возможностью – неравным экономическим доходом как основным средством контроля над процессом заполнения социальных позиций и стимулирования выполнения своих обязанностей» [10, с. 6]. Поэтому социальные позиции, в которых конкретное общество заинтересовано меньше, будут относиться к низшим слоям и группе бедных. Можно сказать, что бедность, с точки зрения функционалистов, обусловлена недостаточной выраженностью индивидуальных способностей у человека, что не позволяет ему самореализоваться в обществе и получать более высокий доход, иметь возможность удовлетворять больше своих потребностей. Другой причиной может быть несоответствие имеющихся у индивида талантов и приобретенных навыков текущим требованиям и ценностям общества и, как следствие, его невостребованность. Таким образом, бедность с точки зрения функционального подхода обусловлена профессионально-квалификационным и компетентностным факторами. А основной ресурс, нехватку которого может испытывать слой бедных, – это обладание качествами характера, навыками, обязанностями, компетенциями и профессией, которые являются ценными для каждого конкретного общества.

Широкую известность во второй половине XX в. получила концепция «культуры бедности» (О. Льюис, В. Вилсон, К. Кларк, У. Миллер, Г. Ганс) [11], в рамках которой анализируются нормы, ценности, жизненный стиль, социальная среда, характерные для бедного населения. Авторы идеи исходят из того, что социальные страты в обществе со временем порождают субкультуры со своими устойчивыми особенностями. Это одно из объяснений, почему бедность сохраняется, несмотря на многочисленные попытки со стороны государства справиться с ней. О. Льюис исследовал образ жизни мексиканских семей и пришел к выводу, что существует «гетто бедных» со своими ценностями, нормами, моделями поведения, чертами характера. В этой связи он отмечал, что для «субкультуры бедности» характерны следующие социально-психологические особенности: недостаток воли, откладывание на потом, уязвимость, зависимость, неполноценность, пассивная реакция, уход в негативную девиацию, нарушения репродуктивного поведения, соперничество и низкая привязанность к близким, а также исключенность из социальных институтов, низкий уровень образования, небольшой круг социальных связей, экстернальный локус контроля или перекалывание ответственности за свою жизнь на внешний мир. Основная причина бедности заключается в постоянном сохранении и воспроизводстве в следующих поколениях субкультуры бедных. Определяющую роль здесь играет целая группа социально-психологических факторов,

включающих специфическую социализацию, усвоение норм и ценностей, формирование ролевых установок, ограничение и санкционирование выхода из группы, замкнутость общины. В качестве основных дефицитных ресурсов здесь отметим:

- наличие разнообразных социальных связей, позволяющих получать другой ценностно-нормативный опыт;
- включенность в социальные институты;
- активная стратегия выхода из группы бедных;
- принятие ответственности на себя за свой образ жизни;
- изменение социальной среды.

Возможностный подход был предложен известным ученым и нобелевским лауреатом по экономике А. Сеном. Анализируя проблемы бедности, он отмечал, что определяющую роль играют возможности (свободы), которыми располагает человек, а также способы их использования: «возможностный подход, применяемый при исследовании феномена бедности, расширяет понимание природы и причин бедности посредством перемещения фокуса нашего внимания со средств на цели, которые человек небезосновательно преследует, и, соответственно, на свободы, позволяющие достичь этих целей» [12, с. 110]. Соответственно в данном случае основной причиной бедности наряду с низким доходом является отсутствие возможностей. Эти ограничения связаны:

- с индивидуальными характеристиками (возраст, пол, социальные роли, состояние здоровья, уровень грамотности, интеллект);
- социальными характеристиками (особенности политики государства, степень стратифицированности общества, наличие дискриминационных практик);
- характеристиками среды (место жительства, климат, эпидемиологическая ситуация в регионе, развитость инфраструктуры и социальных институтов).

Таким образом, А. Сен выделяет как индивидуальные, так и внешние факторы, связанные с условиями жизни в обществе. Причем последним он уделяет большое внимание, считая их важной причиной бедности. Основным ресурсом с точки зрения возможностного подхода является человеческий потенциал, который во многом зависит от доступа к образованию и здравоохранению в стране.

Депривационный подход в определенном смысле является противоположным возможностному подходу А. Сена, т.к. основывается на депривации – лишении или невозможности удовлетворять свои потребности в необходимом объеме. Один из наиболее ярких представителей этой концепции – П. Таунсенд. Отнесение себя к бедным согласно этого подхода зависит от среднего уровня жизни в обществе (приличествующего), ориентирами являются существующие стандарты, распространенный образ жизни. Это получило название *многомерной депривации*, при которой индивид или социальная группа находится в «наблюдаемом доказуемом невыгодном положении» на фоне общества. В данном случае значимыми будут потребности и ресурсы в разных сферах: «Наряду с материальной депривацией, включающей такие показатели, как питание, одежда, жилищные условия, предметы длительного пользования, место и состояние среды проживания, условия и характер труда, ...показатели социальной депривации, включающие характер занятости, особенности проведения досуга, образование» [9]. То есть в данном случае многое будет зависеть от характеристик анализируемого общества: те социальные группы, которые будут считаться бедными в одних государствах, не будут таковыми по меркам других с более ограниченными условиями жизни и ресурсами. основополагающими факторами бедности при депривационном подходе являются экономический и ценностно-нормативный. К основным ресурсам относятся: уровень потребления и возможность соответствовать общему распространенному образу жизни.

В рамках *теории капиталов* П. Бурдьё социальное положение индивидов определяется совокупностью различных капиталов. Выделяются экономический капитал (например, деньги, собственность), культурный капитал (например, образовательные квалификации) и социальный капитал (например, социальные обязательства, связи) [13]. Каждый из них

может приносить материальную и символическую прибыль, конвертироваться друг в друга, при этом экономический капитал составляет основу для других его форм. Бедность с точки зрения такого подхода обусловлена недостаточным объемом экономического, культурного и социального капиталов у групп населения, а также их дефицитом в конкретном обществе. Выход из социального слоя бедных затрудняется контролем и ограничением обмена материальными и символическими ресурсами между различными социальными группами, легитимизацией и санкционированием вхождения новых членов в нее в целях сохранения «групповых границ» и «группового капитала». Таким образом, ключевыми факторами бедности здесь могут выступить: экономический, профессионально-квалификационный, компетентностный, статусный, коммуникативный. Основные ресурсы могут быть как материальными, так и символическими, причем они могут конвертироваться друг в друга.

Проблему бедности рассматривал и У. Бек, являющийся автором *концепции «общества риска»*, в которой современные цивилизационные и модернизационные процессы подвергнуты критике в связи с созданием большого количества глобальных рисков, угрожающих природе, экологии, здоровью и всем сферам общественной жизни. Ученый выявил обратную пропорциональную закономерность в системе социальной стратификации, когда риски накапливаются прежде всего в слое бедного населения: «риски, как и богатства, распределяются по классовой схеме, только в обратном порядке: богатства сосредотачиваются в верхних слоях, риски в нижних... «закон» специфически классового распределения рисков и тем самым обострения классовых противоречий из-за концентрации рисков на стороне бедных и слабых долгое время считался и считается до сих пор одним из центральных измерений риска» [14, с. 23]. Одновременно с этим современные риски имеют «уравнительный эффект» за счет глобальности возникающих проблем и системной сущности природных и социальных процессов, что находит свое отражение в экономическом и социальном «эффекте бумеранга», когда глобальные проблемы возвращаются для всех слоев населения потерей прибыли, социальным и культурным кризисом, anomией, преступностью и терроризмом. Таким образом, для данного подхода характерен акцент на социальных рисках и их внесоциальных факторах, связанных с природной средой, экологией, уничтожением ресурсов планеты и загрязнением окружающей среды. Основным дефицитным ресурсом является возможность избегания рисков, обусловленная экономическими, информационными, демографическими, физическими, социально-коммуникативными возможностями индивида. При этом более низкий уровень дохода и образования бедных ограничивает их возможности противостоять этим рискам и избегать их. Это особенно касается низкого уровня информационной грамотности и некомпетентности в ситуациях выбора, например, условий жизни, качества питания, своевременного обследования здоровья.

Теория постиндустриального общества, разработанная Д. Беллом [15], Э. Тоффлером [16], М. Кастельсом [17], определяет актуальные для последних десятилетий тенденции, связанные с обеднением населения. Главными ресурсами с точки зрения данного подхода являются: знания, информация, наукоемкие услуги, фундаментальная наука, информационные и компьютерные технологии. Происходит становление «информационного капитализма», глобализация экономики. Проблема бедности усугубляется ввиду целого ряда факторов. Во-первых, происходит массовая автоматизация производства, которая сопровождается высвобождением рабочих рук. С дальнейшим внедрением в социальную инфраструктуру роботов и считывающей техники, заменяющих целые группы профессий, ситуация может обостриться и вызвать новые волны безработицы, а значит, усиление бедности. Во-вторых, возникают новые квалификационные и компетентностные требования в сфере труда, к которым далеко не все способны адаптироваться. В-третьих, формируется новый «креативный класс» занятых высокоинтеллектуальным трудом на основе информационно-коммуникационных компетенций, сосредотачивающий в своих руках основные капиталы, т. е. происходит перераспределение статусов и дифференциация доходов в связи с новыми критериями, где большая часть населения не способна полноценно конкурировать за социальные позиции.

Таким образом, в постиндустриальном обществе определяющими факторами становятся: профессионально-квалификационный, компетентностный, адаптационный, коммуникативный и производственный. А основными дефицитными ресурсами, позволяющими улучшать социальное положение, являются: знания, информация, навыки, адаптивность, обучаемость, принадлежность к сфере высокоинтеллектуальных технологий.

В заключении сформулируем некоторые выводы. На сегодняшний день разработан целый ряд методологических подходов к анализу бедности. Современный этап развития экономической теории характеризуется попытками синтеза экономико-теоретических, социальных, философских подходов при раскрытии сложных, системных категорий. К таким категориям относится и бедность. Пройдя долгий путь эволюции, современная экономическая мысль раскрывает бедность как нежелательное, невыгодное социальное явление. Бедность стала восприниматься как тормоз прогресса: технического, социального, экономического. Поэтому во второй половине XX в. многие страны пришли к пониманию необходимости выработки социальной политики. Анализируя современные теоретические подходы к исследованию феномена бедности, можно отметить, что к основному критерию бедности авторы причисляли отсутствие или недостаток средств для удовлетворения минимальных потребностей индивида. Однако в настоящее время проблема бедности – это многостороннее социально-экономическое явление, включающее невозможность удовлетворения не только базовых потребностей индивида. В своей структуре бедность имеет различные формы и степени проявления, а также является следствием разнообразных причин. В настоящее время перед органами власти стоит задача поддержания определенного уровня бедности, не ограничивающего экономический рост, но не превышающего допустимую границу, угрожающую национальной безопасности страны и социальной стабильности общества.

Литература

1. *Бадертдинова З.Ф.* Проблема бедности и богатства в учениях социал-дарвинизма и марксизм // Вестник Башкирского университета. – 2008. – Т. 13. – № 1. – С. 57–60.
2. *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. – Петрозаводск: Петроком, 1993. – Т. 1. – 320 с.
3. *Прудон Ж.* Бедность как экономический принцип. – М.: Посредник, 1908. – 29 с.
4. *Мальтус Т.Р.* Опыт закона о населении. – Петрозаводск: Петроком. – 1993. – Т. 4. – 136 с.
5. *Маркс К., Энгельс Ф.* Соч. Изд. 2-е. – Т. 2. – М.: Государственное издательство политической литературы, 1955. – 651 с.
6. *Маркс К.* Капитал Соч. – Т. 23 / К. Маркс, Ф. Энгельс. – М.: Политиздат, 1960. – 682 с.
7. *Энгельс Ф.* Положение рабочего класса в Англии. Соч. – Т. 2. / К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. – Т. 2. – М.: Политиздат, 1960. – 593 с.
8. *Сорокин П.А.* Социальная и культурная динамика / пер. с англ., вступ.ст. и коммент. В.В. Сапова. – М.: Академический проект, 2017. – 964 с.
9. *Замараева З.П., Воронова К.А.* Феномен бедности в социологии с позиции факторного и ресурсного анализа // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2018. – № 1. – С. 125–134.
10. *Дэвис К., Мур У.* Некоторые принципы стратификации // Журнал российской социологической ассоциации. – 2016. – № 3. – С. 3–7.
11. *Шкаратан О.И.* Социология неравенства. Теория и реальность. – М.: Изд. дом ВШЭ, 2012. – 526 с.
12. *Сен А.* Развитие как свобода. – М.: Новое издательство, 2004. – 432 с.
13. *Бурдьё П.* Формы капитала. Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики / науч. ред. и сост. В.В. Радаева; пер. М.С. Добряковой и др. – М.: РОССПЭН, 2004. – С. 519–536.
14. *Бек У.* Общество риска: на пути к другому модерну / пер. с нем. В. Селедельника, Н. Федоровой. – М.: Прогресс-Традиция, 2000. – 383 с.

15. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. – М.: Academia, 2004. – 788 с.
16. Тоффлер Э. Третья волна. – М.: АСТ, 2004. – 261 с.
17. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. – М., 2000. – 606 с.

РЫНОК ТРУДА: СТРАТЕГИЯ ВРЕМЕННОГО ФРИЛАНСА (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА КАЗАНЬ)

Алексеева Екатерина Александровна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются основные ценностные ориентации современного человека при смене места работы. Выделены основные ценностные приоритеты соискателей, претендующих на разные уровни должности – руководителей и специалистов. Среди прочих выводов обнаружена тенденция в использовании статуса самозанятого и работе на фрилансе как временной занятости на период поиска постоянной работы.

Ключевые слова: фриланс, precarious занятость, прекариат, трудовая стратегия, наемный работник, самозанятость, традиционная занятость.

Изменения видов, форм и характера занятости отмечают многие исследователи и специалисты-практики. Традиционная занятость «размывается», вбирая в себя и тесно переплетаясь со всеми вновь появляющимися моделями трудового поведения – гибкой занятостью, фрилансом. А трудовая стратегия отдельного индивида становится еще более сложно прослеживаемой, не линейной, подверженной влиянию как внешних социальных факторов, так и внутренних, индивидуально-личностных, основные из которых – ценностные ориентиры.

По данным сайта hh.ru за 1 квартал 2023 года на рынке труда г. Казань присутствует умеренная конкуренция, которая составляет в среднем 4–5 резюме на 1 вакансию, что говорит об умеренной конкуренции. За февраль месяц прирост вакансий составил 13 %, прирост резюме – 11 %, что характеризует рынок труда в пользу соискателя. Параллельно практически по всем профессиональным областям и уровням должностей растут сроки закрытия вакансий, т. е. время на поиск подходящих кандидатов увеличиваются, а сам поиск становится все сложнее и ресурсозатратнее. Сложный поиск кандидатов свидетельствует о несовпадении ожиданий работника и работодателя, в основе которых лежат жизненные приоритеты и ценности.

Сам факт несовпадения ценностей говорит об их трансформации, что, в свою очередь, свидетельствует о переходном или даже кризисном периоде развития общества. По мнению Н.И. Лапина, наблюдение за ценностями индивида и изучение ценностей общества можно выявить некоторые характеристики общества и предположить варианты развития проблемных ситуаций [1, 2].

Безусловно, в нашем исследовании не было глобальных целей прогнозирования, скорее можно говорить о намерении взглянуть на процесс выбора работы через призму ценностных ориентаций современных наемных работников.

С целью выявления основных ценностных ориентиров наемных работников (в т. ч. потенциальных), которыми они руководствуются при принятии решения о смене работы либо о трудоустройстве, было проведено глубинное интервью потенциальных работников, находящихся в поиске работы и разместивших свое резюме на рабочих сайтах.

Среди задач исследования можно выделить:

- выявление основных причин увольнения с предыдущих мест работы;
- выявление основных критериев для принятия решения о трудоустройстве на новую работу;
- выявление различий (или их отсутствие) между ценностными ориентирами людей, претендующих на руководящие и на не руководящие позиции.

Исследование проходило в январе 2023 года. Для достижения целей нашего исследования нам были интересны две категории информантов. Первая категория – мужчины и женщины, имеющие активное резюме на сайте hh.ru и опыт руководящей работы в части работы с клиентами более трех лет (банковский, страховой сектор, государственная гражданская служба). С данной категорией информантов было проведено 23 глубинных интервью, после 18 интервью ответы информантов стали повторяться, что может свидетельствовать о насыщении выборки и согласно методологии обоснованной теории, служить основанием для прекращения интервьюирования новых информантов. В результате, выборку составили 10 мужчин, 13 женщин, в возрасте от 26 до 45 лет.

Вторая категория – мужчины и женщины, имеющие активное резюме на сайте hh.ru и опыт работы более двух лет с клиентами в банковском, страховом секторе или на государственной гражданской службе. С данной категорией было проведено 24 глубинных интервью, которые были прекращены после того, как после 20 интервью произошло насыщение выборки. Таким образом, выборка состояла из 5 мужчин и 19 женщин в возрасте от 23 до 57 лет.

Информанты, претендующие на руководящие позиции чаще всего искали новую работу, продолжая работать на предыдущем месте работы. Среди основных причин поиска информанты данной категории называли желание увеличить свой материальный доход или расширить функциональные обязанности, а также планируемый или свершившийся переезд. Абсолютно все интересовались брендом работодателя и признавались, что «статусность» компании может сыграть решающую роль при принятии решения о смене работы.

«Я работаю, поэтому рассматриваю предложения только от ТОП-5 компаний отрасли...» (информант 23, муж, 35 лет).

«...скажите сразу, сколько можете предложить по верхней границе» (информант 29, муж, 31 год).

«Собираюсь переезжать в ваш город, присматриваю варианты» (информант 5, муж, 42 года).

Информанты, претендующие на административные, не руководящие вакансии чаще искали новую работу, уже уволившись с предыдущей. Среди причин ухода были названы конфликты с коллективом и руководством, не удобное расположение офиса или вынужденные переработки, отсутствие конкретики в функциональных и трудовых обязанностях, а также частая их изменение без объяснений причин.

«Пришла молодая начальница и стала свои правила наводить, свалила все на меня, а сама ничего не делает, а мне уже 55 лет, а она ровесница моему сыну. Вот я и ушла» (информант 46, жен, 55 лет).

«Нас всех перевели в новый офис, мне стало очень неудобно ездить, почти час, с пересадками, меня это не устраивает... у меня дети...». (информант 11, жен, 33 года).

«Если честно, может это и неправильно так говорить... там каждый день задачи менялись, сегодня надо одно, завтра – другое... я не могу так работать...» (информант 27, жен, 46 лет).

В данном случае можно говорить, что информанты, претендующие на позиции руководителей, в большей степени руководствуются рациональными факторами, нежели субъективно-личностными, эмоциональными, в отличие от своих коллег, претендующих на позиции специалистов, и имеют в разной степени, но долгосрочные трудовые планы. Кроме того, одна из целей руководителей – «расширить» функционал, а не сузить его, как в случае со специалистами. Руководители в интервью не упоминали семью и детей и в крайне редких случаях уточняли территориальное расположение предлагаемой работы.

Информанты второй группы среди основных характеристик работы, в поисках которой они сейчас находятся, все больше называли такие критерии и качества, которые также можно отнести к субъективно-личностным, семейным ценностям, например: хорошие отношения в коллективе, адекватное руководство, неприкасаемое личное время, а среди основных требований к организации-работодателю присутствовало удобное/близкое место расположения

офиса и отсутствие переработок. Кроме того, практически все называли четкие и понятные функциональные обязанности.

«Определенный круг задач, который мне будет комфортно и гибкий график, чтобы я не ходила в офис с 8 до 5, это не значит, что я не буду приходить в офис, нет, я буду приходить, но, чтобы я самостоятельно распределяла свое рабочее время» (информант 47, жен, 23 года).

«Я должна точно понимать, что от меня надо, чтобы не так, сначала одно... потом другое...» (информант 28, жен, 46 года).

При уточнении интервьюером приоритетов ценностей, практически все информанты второй группы, но с разной степенью убедительности, делали выбор в пользу индивидуально-личного комфорта и удобства перед работой в традиционном найме, которая для многих ассоциируется с существенными ограничениями, такими как нарушение баланса личного и рабочего времени, объемом и содержанием работы, а также неудовлетворенностью межличностными отношениями, в первую очередь с руководителем. Большинство неработающих в настоящее время официально информантов, призналось, что имеют доход в качестве самозанятых, который возможно, не устраивает их в полной мере, однако вполне удовлетворителен с учетом всех преимуществ свободной занятости.

«Я пока смотрю на рынке что происходит, хожу на собеседования, но пока я делаю то же, что я делала в «...» для своих друзей как самозанятая. В принципе, я конечно рассматриваю предложения, но я не спешу пока» (информант 43, жен, 36 лет).

«Сейчас я занимаюсь только автоматизацией процессов – это то, чем я хочу заниматься. Как самозанятая я могу выбирать, если я опять пойду в найм, то на меня там будут вешать все подряд. Я так не хочу» (информант 36, жен, 35 лет).

«С прошлой работы я ушла, потому что стали обманывать с зарплатой, как-то стали по-другому считать, меня это не устраивает. Теперь мне нужна только подработка или свободный график, я провожу экскурсии по городу» (информант 44, жен, 47 лет).

«У меня сейчас очень сужен поиск компаний, я живу за городом и хочу работать рядом с домом, ну чтобы там полчаса хотя бы, не больше. Мне и с прошлой работы говорят, переезжай в город, а мне зачем? Мне здесь хорошо... Поэтому я пока как самозанятая консультирую, а там посмотрим» (информант 42, жен, 41 год).

«Мне нужна подработка, у меня есть свое дело, чем я занимаюсь... это не связано с работой... это мое... мне нужна просто временная подработка, лучше на удаленке... На постоянно я, наверное, уже больше не пойду, ну надеюсь...» (информант 38, жен, 26 лет).

На основании ответов на данный вопрос можно предположить о некоей тенденции, когда человек, потеряв по тем или иным причинам работу в найме, использует фриланс как временную трудовую стратегию. В нашем исследовании о таком выборе открыто рассказали только женщины, претендующие на не руководящие позиции. По их ответам можно судить о высокой степени адаптации к данной ситуации и предположить возможность сохранения данной трудовой стратегии. Не исключено, что реальное количество тех, кто использует фриланс в том или ином качестве, намного больше, даже среди информантов нашего исследования. Как показало исследование, информанты-руководители менее склонны обсуждать вопросы личной жизни, кроме того, больше заинтересованы показать себя лояльным традиционной занятости профессионалом.

Не случайно, классик современной социологии Ж.Т. Тощенко, анализируя происходящие изменения в структуре занятости, говорит о возникновении целой социальной общности – прекариата, куда входят представители почти всех существующих классов и социальных групп и объединяются, среди прочего негарантированным социально-трудовым положением, т.е. отсутствием или краткосрочным сроком трудового договора. По его мнению, в сферу прекарной занятости вовлечены по разным данным от 45 до 50 процентов трудоспособного населения [3].

Проведенное исследование находит свое отражение в предпосылках развития прекариата, обозначенных Ж.Т. Тощенко, таких как потребность индивида в расширении сферы само-

стоятельных решений – в части работы, ее объема и содержания, разграничении личного и рабочего времени, оплаты труда, сроков, размеров и других условий и т. д.

Не вызывает сомнения, что каждый индивид делает выбор наилучшего для себя социально-экономического типа трудовых отношений. Определенная часть информантов делают выбор в пользу личного времени, социально-психологического комфорта и стабильности. В данном случае, что является в некоторой степени парадоксальным, стабильность, как отсутствие изменений, характеризует в большей степени свободную занятость, в отличие от работы по найму. Среди другой части информантов наблюдается противоположная система ценностей – материальное благополучие, карьера, саморазвитие. На этом основании можно с уверенностью говорить о социальном расслоении современного общества.

Таким образом, с одной стороны, мы видим, что для индивида становится критически важным обозначение своих индивидуальных потребностей и ценностей, что является отражением креативного класса современного общества. С другой стороны, можно наблюдать некие общие черты индивидов, находящихся в схожих жизненных ситуациях, в данном случае – трудовой статус [4].

Безусловно, данное исследование, проведенное на качественном уровне, не позволяет с уверенностью говорить о явлении временного фриланса как о тенденции в современных трудовых отношениях, однако, сам факт выявления такого феномена может в очередной раз свидетельствовать о сложных, не линейных трудовых стратегиях работающего индивида, подверженных ситуационным изменениям. Отдельного внимания с нашей точки зрения заслуживает проблема трудовых стратегий, в т.ч. их нелинейность, работников разного возраста и поколений. Обозначенные вопросы однозначно нуждается в научном обосновании и более глубоком изучении уже на количественном уровне.

Литература

1. *Лапин Н.И.* Как изучать сегодняшнюю Россию. Как чувствуют себя, к чему стремятся граждане России // Мир России. – 2003. – № 4. – С. 120–159.
2. *Наумова Н.Ф.* Жизненная стратегия человека в переходном обществе // Социологический журнал. – 1995. – № 2. – С. 5–22.
3. *Тощенко Ж.Т.* Прекарная занятость: истоки, критерии, особенности. – М.: Весь Мир, 2021. – 173 с.
4. *Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее / пер. с англ. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2007. – 421 с.

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СОЦИАЛЬНОГО РАБОТНИКА ПРИ ОКАЗАНИИ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ

Алтай Аружан,

Аксакалова Мадина Кенжебековна

*Казахский национальный женский педагогический университет (КазНацЖенПУ),
Казахстан, Алматы*

Аннотация. В настоящее время психолого-педагогическое сопровождение социальных работников выступает как неотъемлемый элемент системы образования, который способствует развитию профессиональной компетентности. В данной статье рассмотрены принципы и направления психолого-педагогического сопровождения социального работника, основанные на сохранении целостности личности, нормальном функционировании организма, физического и психического здоровья.

Ключевые слова: профессиональная компетентность, социальная работа, педагогика, психология, сопровождение.

Определение сущности и особенностей организации психолого-педагогического сопровождения развития профессиональной компетентности социального работника требует решения ряда задач.

Во-первых, определения цели психолого-педагогического сопровождения развития профессиональной компетентности социального работника, что предполагает анализ сложившейся к настоящему времени системы развития в практической деятельности.

Во-вторых, необходимо определение и выделение направлений психолого-педагогического сопровождения развития профессиональной компетентности социального работника.

Решение данной задачи предполагает анализ теоретических подходов к проблематике психолого-педагогического сопровождения, отраженных в зарубежной науке. Рассмотрение содержания психолого-педагогического сопровождения развития профессиональной компетентности социального работника предполагает анализ системы психолого-педагогического сопровождения как с позиции теории, так и с позиции практики.

В зарубежной психологии роль сопровождения отмечалась многими авторами. Так, А. Адлер, акцентировал внимание на сопровождении, когда указывал, что понимание и поддержка могут компенсировать неполноценность и обратить слабость в силу [1, с. 296]. По мнению А. Маслоу, необходимо делать акцент на поддержке психически здорового человека, так как каждый человек по своей природе изначально наделен мощным потенциалом к развитию. Поэтому психологическое сопровождение необходимо в связи с удовлетворением ведущих человеческих потребностей в самоактуализации [2, с. 192].

В психологии к настоящему времени сложилось несколько точек зрения на определение психолого-педагогического сопровождения. Так, ряд авторов определяют сопровождение как метод, основанный на принятии оптимальных решений в ситуации жизненного выбора (Н.С. Глуханюк, Е.И. Казакова, Л.Г. Хромова и др.). Субъектом является человек, а к ситуациям жизненного выбора относятся проблемные ситуации, через решение которых он и определяет путь своего развития [3, с. 370]. Установлено, что любая ситуация выбора порождает множественность вариантов решения, опосредованных некоторым ориентационным полем.

В связи с этим сопровождение определяется как помощь субъекту в формировании ориентационного поля развития, ответственность за действия в котором несет он сам, а в качестве его основного принципа выступает приоритет опоры на внутренний потенциал субъекта. Несколько иная позиция прослеживается в работах М.Р. Битяновой. Автор также под сопровождением понимает метод, но конкретизирует его как метод работы, при помощи которого создаются и организуются социально-психологические и психолого-педагогические условия успешности обучения и развития [4]. Как одно из направлений деятельности психолога и технология его профессиональной деятельности с конкретным содержанием, формами и методами работы, соответствующими задачам конкретного случая, психологическое сопровождение представлено в работах Р.В. Овчаровой [5].

Другая позиция прослеживается в работах Э.Ф. Зеера. Под психологическим сопровождением автор понимает движение вместе с изменяющейся личностью, своевременное определение возможных путей развития, помощь и поддержка [6, с. 263]. Данное определение было взято в качестве основного в рамках проводимого исследования и позволило сформулировать теоретико-методологические основания психолого-педагогического сопровождения развития профессиональной компетентности социального работника.

Сложившаяся система профессиональной подготовки не реализует в полной мере возможности формирования готовности будущих социальных работников к профессиональной деятельности. В частности, нуждается в дополнительной разработке проблема психолого-педагогического сопровождения студентов в выработке способностей к личностно-профессиональному развитию.

Процесс подготовки психолого-педагогического сопровождения, основывается на профессиональной подготовке в вузе: знакомство с новой парадигмой образования и новой моделью профессиональной деятельности; самодиагностика; самооценка в сфере личностного развития; осознание внутренних ограничений; постановка задач саморазвития.

Общество требует такого социального работника, который не столько информирован, сколько стремится познавать социум, людей и себя в этом многоликом, быстро изменяющемся мире, сохранять то ценное, что есть в культуре, ценностно осмысливать результаты своей деятельности, своих взаимодействий с социумом через человека, через его общение с другими людьми. Такого социального работника может подготовить только такой преподаватель, который способен к самостоятельному ответственному выбору психолого-педагогических действий, которые ценностно опосредуются студентами и служат отправным моментом для развития самостоятельности и ответственности у будущих социальных работников.

Сопровождение – это процесс деятельности, который направлен на создание психолого-педагогических условий для успешного профессионального самосовершенствования будущих социальных работников.

Как отмечает С.К. Бондырева [7, с. 57], взаимодействие педагога и студента – это также чрезвычайно важная сфера жизнедеятельности вуза. И если педагоги в силу характера их деятельности, условий профессионального поведения и т.д. все-таки вырабатывают какой-то общий «кодекс поведения» между собой, то их отношения со студентами полностью определяются личными качествами и коммуникативными установками. Психологическое сопровождение имеет целью не просто укрепление или совершенствование, а развитие и саморазвитие профессионала. Объектом психологического воздействия являются не психические и личностные свойства как таковые или отклонения от нормы, а целостная личность и здоровая психика. Ориентиром в развитии должны быть не модель, не норма, а своеобразие, индивидуальность и собственная траектория развития.

В основе метода психолого-педагогического сопровождения лежит личностно-проблемный подход, опирающийся на внутренний потенциал каждого конкретного человека и поддержку его окружения, а также на владение методами наиболее типичных проблем, с которыми сталкивается человек в процессе профессионального развития. Поэтому в основу разработки программы положены результаты исследований, позволяющие определить обобщенные характеристики студента и педагога и их наиболее типичные проблемы относительно представлений прошлых лет.

Все это требует разработки целостной системы целевой подготовки социальных работников в условиях современной высшей профессиональной школы.

К основным направлениям психолого-педагогического сопровождения, на наш взгляд, относятся: психологическая профилактика, развивающая психодиагностика, психологическое консультирование, психологическая коррекция, психотерапия, педагогическое просвещение и образование.

Психологическая профилактика – содействие полноценному социально-профессиональному развитию личности, предупреждение возможных кризисов, личностных и межличностных конфликтов, включая выработку рекомендаций по улучшению условий самореализации, с учетом формирующихся социально-экономических отношений. Основной задачей психопрофилактики является создание условий содействующих адекватному и компетентному реагированию социального работника на кризисные явления. Сущность психопрофилактики состоит в создании психолого-педагогическими технологиями условий для предотвращения ситуаций, факторов, вызывающих психологические напряжения, стрессы и травмы, а также повышение психологической толерантности (невосприимчивости) к ним.

Развивающая психодиагностика заключается в том, что, интерпретируя результаты диагностики индивидуально-психологических характеристик и сообщая их педагогу, происходит актуализация имеющихся у него психологических знаний, а также расширение его психологической компетентности. А поскольку индивидуальные показатели диагностики имеют

большую субъективную значимость для учителя, то объяснение сущности диагностируемых психологических характеристик приобретает особую личностную значимость.

Психологические знания не столько усваиваются, сколько присваиваются, происходит формирование аутокомпетентности, которая становится фактором самореализации профессионально-психологического потенциала социального работника. Психологическое консультирование – это оказание помощи личности в ее самопознании, формировании адекватной самооценки и адаптации к реальным жизненным условиям и ценностно-мотивационной сферы, преодолении кризисных ситуаций, профессиональных деструкций и достижении эмоциональной устойчивости, способствующей непрерывному личностному и профессиональному росту и саморазвитию. Как реабилитационное средство психологическое консультирование универсально, так как включает в себя и элементы психодиагностики, и психокоррекции, и психотерапии, поэтому может успешно применяться на различных этапах сопровождения. Принципиальной целью психологического консультирования является формирование личности, обладающей чувством перспективы, действующей осознанно, способной разрабатывать различные стратегии поведения и анализировать ситуации с разных точек зрения.

Эффективность решения задач консультирования базируется на эмпатии в отношениях между консультантом и клиентом и адекватности в оценке личности и социальной среды консультируемого. К основным методическим приемам консультирования относятся интервью, интерпретация, директива, совет, пересказ и обратная связь. При этом во всех случаях консультант работает в рамках «запроса» («темы») клиента, активно включая его в решение соответствующих задач. В ходе консультирования могут формироваться новые «запросы» («темы»), но они должны быть приняты клиентом и исходить от него, а переход к ним возможен лишь после отработки предшествующего «запроса». При этом именно консультативная помощь играет важнейшую роль в плане развития профессиональной компетентности социального работника. Но следует отметить, что психологическая консультация будет эффективна только для тех учителей, которые способны на осмысленный диалог. Психологический тренинг решает более локальные задачи по сравнению с другими методами психологического сопровождения.

Он, в определенном смысле, является элементом и психологической консультации, и психотерапии, и психокоррекции. Тренинги в целом менее «требовательны» к интеллектуальному и культурному уровню клиента. Психологический тренинг – это применение психотерапевтических, психокоррекционных и обучающих методов, направленных на развитие и формирование отдельных психических функций, умений, навыков и качеств личности, ослабленных в силу заболевания, или особенностей социальной среды, но необходимых для успешной самореализации личности в различных видах деятельности.

В зависимости от целей выделяют различные виды тренингов. Среди них отметим такие, как тренинг саморегуляции (аутотренинг с обратной связью), коммуникативный тренинг (поведенческий, социально-психологический), обучающий тренинг. Все виды тренингов проводятся в зависимости от ситуации или «запроса». При этом циклы тренинговых занятий, как правило, должны быть достаточно длительными (до нескольких месяцев) и систематическими.

Психологическая коррекция – это, во-первых, коррекция отклонений в психическом развитии на основе создания оптимальных возможностей и условий для развития личностного и интеллектуального потенциала человека и, во-вторых, профилактика нежелательных негативных тенденций личностного и интеллектуального развития. Психокоррекция преимущественно ориентирована на нормальные, но недостаточно развитые или недостаточно адекватные для успешной деятельности проявления психики. Психокоррекционная работа по своему виду близка к психотерапевтической, но ее приоритетные направления лежат не только в области патологических, но и «нормальных» психологических проявлений.

В определенном смысле грань между психокоррекцией и психотерапией достаточно тонкая и условная, как, например, между нормой и патологией. Это обуславливает возможность широкого использования приемов психотерапевтической работы в психокоррекционной практике. Психотерапия – это система лечебного воздействия на психику, а через психи-

ку – на весь организм и поведение человека, комплексное лечение психических, нервных и психосоматических расстройств, решающее задачи по смягчению или ликвидации имеющейся симптоматики (клинически ориентированная психотерапия) и изменению отношений к социальному окружению и собственной личности (личностно ориентированная психотерапия). В настоящее время существует множество направлений и методических приемов (техник) психотерапии. Выделяют рациональную психотерапию, психосинтез, гештальт-терапию, нейролингвистическое программирование, позитивную и поведенческую психотерапию и т. п. К конкретным методическим приемам можно отнести суггестию (различные формы внушения), арт-терапию (лечение творчеством), эстетотерапию (воздействие невербальных художественных форм), библиотерапию и терапию литературным творчеством и многие другие.

В данном контексте следует указать, что важным является не то, какой метод, какую именно технику использует психотерапевты в процессе сопровождения, а то, насколько она эффективна при решении соответствующих задач. В работе с социальными работниками наиболее рациональным является использование методов игровой терапии, психодрамы, арт-терапии (музыкотерапии, танцтерапии и т.п.).

Педагогическое просвещение и образование. Данное направление требует организации работы со студентами – будущими социальными работниками как участниками учебно-воспитательного процесса. Работу со студентами следует рассматривать как важнейшую задачу, решаемую в системе психолого-педагогического сопровождения как в традиционных формах консультирования и просвещения, так и в достаточно новой для системы сопровождения форме семинаров-тренингов по развитию навыков общения, сотрудничества, разрешения конфликтов, которые позволяют преодолеть недостаток знаний в области педагогики и психологии и повысить педагогическую и психологическую культуру при реализации задач развития социального работника. Социальные работники должны быть подготовлены к работе с людьми с различными индивидуально-психологическими особенностями. Учитывая, что социальная деятельность предполагает большую как интеллектуальную, так и эмоциональную нагрузку, значительные преобразования, обусловленные модернизацией системы социальной поддержки, нередко социальные работники оказываются на грани работы «на износ».

Поэтому необходимы профилактические меры – организация условий важных для работы в данном направлении: организация специальных клубов, где социальные работники получали бы в полной мере необходимую эмоциональную и профессиональную поддержку; необходима организация специальных релаксационных мероприятий для социальных работников, создание благоприятных возможностей для реализации вне профессиональных интересов (занятия искусством, спортом, разного рода «хобби»); наличие специальных культурно-туристических программ для социальных работников, предусматривающих возможности интересного, регулярного и доступного отдыха.

В настоящее время в системе психолого-педагогического сопровождения, наряду с рассмотренными выше традиционными видами деятельности, реализуется такое направление, как развивающее, которое предполагает включение социального работника в выполнение активной, творческой деятельности. В его рамках наиболее оптимальным, на наш взгляд, являются конкурсы профессионального мастерства. Профессиональные конкурсы, фестивали творчества и мастерства имеют большую и разнообразную историю.

Основным мотивом участия в таких соревнованиях является стремление личности продемонстрировать окружающим профессиональное преимущество и получить признание официально. Критерии, предъявляемые к победителю конкурса, определяли роль социальных работников в обществе, мобилизовывали его силы и энергию. Целью конкурса выступала активизация социальных кадров. В основе организации городских конкурсов лежат принципы гуманизации, состязательности, непрерывности профессионального роста, взаимоуважения и принятия достижений других конкурсантов, творческой самореализации. Их основная цель – мотивация и стимулирование социальных работников к поиску новых форм интеллектуальной и творческой деятельности; расширение сферы профессиональных контак-

тов, кругозора; выявление талантливых социальных работников, их формирование и поддержка; формирование положительного общественного мнения о современном социальном работнике. Практика проведения конкурсов профессионального мастерства доказывает правомерность рассмотрения их как средства повышения квалификации и как способа развития профессиональной компетентности.

Каждый субъект образовательной деятельности, соприкоснувшись с конкурсом, решает для себя ряд профессиональных задач. Социальному работнику – участнику конкурса, предоставляется возможность продемонстрировать собственные профессиональные достижения, апробировать новые технологии, реализовать идеи, осознать ценность своего труда. Повышается рейтинг конкурсантов не только среди коллег, но и рейтинг образовательного учреждения, выдвинувшего своих социальных работников на конкурс.

Организаторы конкурса и социальные службы апробируют актуальные формы работы по сопровождению профессионального становления социальных работников и созданию условий для их профессионального развития и включенности в активную инновационную деятельность. Присутствующие в качестве зрителей социальные работники получают возможность провести самоанализ социальной деятельности, сравнивая собственной профессиональный потенциал с опытом участника конкурса. Тем самым происходит распространение инновационных идей среди образовательных учреждений.

В рамках данной работы выделенные принципы и направления психолого-педагогического сопровождения социального работника, основанные на сохранении целостности личности, нормальном функционировании организма, физического и психического здоровья должны использоваться с учетом полученных в ходе эмпирического исследования данных, свидетельствующих об особенностях компонентов профессиональной компетентности.

Таким образом, в настоящее время психолого-педагогическое сопровождение социальных работников выступает как неотъемлемый элемент системы образования, который способствует развитию профессиональной компетентности.

Литература

1. Маслоу А. Дальние пределы человеческой психики. – СПб.: Евразия, 1992. – 432 с.
2. Глуханюк Н.С. Психология профессионализации педагога. – Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф. пед. ун-та, 2000. – 370 с.
3. Казакова Е.И. Комплексное сопровождение развития учащихся в образовательном процессе (аналитические материалы). – СПб., 1998. – 213 с.
4. Битянова М.Р. Организация психологической работы в школе. – М.: Совершенство, 1997. – 298 с.
5. Овчарова Р.В. Практическая психология образования: учеб. пособие для студ. психол. фак. университетов. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 448 с.
6. Зеер Э.Ф. Психология профессионального образования: уч. пособие. – 2-е изд. – М.: Изд-во МПСИ; Воронеж: МОДЭК, 2003. – 376 с.
7. Бондырева С.К. Психолого-педагогические проблемы интегрирования образовательного пространства: избр. труды. – 2-е изд. – М.; Воронеж: Изд-во МПСИ; МОДЭК, 2005. – 352 с.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ДЕЙСТВИЕ: ОПЫТ КАРТИРОВАНИЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЗНАЧЕНИЙ КОНЦЕПТА

Барышев Алексей Андреевич

Томский государственный университет, Томск, Россия

Аннотация. В данной работе предпринимается попытка выявить порядок распределения значений концепта предпринимательского действия и выделить группы определений, характеризующихся однородными свойствами.

Ключевые слова: дискурс, формация дискурса, предпринимательство, предпринимательское действие, социальная картография, энэктмент, субъективное суждение, денежный расчет, арбитраж, решаффлинг, истинный выбор.

Введение. Социальная наука после легитимизации предпринимателя как особого участника хозяйственной жизни путем обоснования полезности его функций (координация и аллокация ресурсов, инновации и несение ответственности) и – на этой основе – легитимизации экономики как отдельной сферы общества [1, с. 156] стала перед вопросом, что значит действовать по-предпринимательски («act entrepreneurially» [2, с. 429]) в самом исполнении этих функций, если все они являются объектом конкретных организационных, экономических и правовых дисциплин и могут выполняться соответствующими специалистами и организациями.

Долгое время ответ на этот вопрос формулировался на путях развития концепта *предпринимательской функции*, которая со временем все больше отходила от своих первоначальных значений роли, влияния, полезности предпринимательства. Новые значения нацеливались на определения способов и механизмов их осуществления, описания которых уходили то в сторону личностных качеств, то в сферу институциональных условий (автономность, независимость), то в общие характеристики человеческой деятельности (проективность, творчество).

Предмет исследования: эксплицитные и имплицитные определения («понимания») предпринимательского действия в наиболее влиятельных текстах по социальным наукам начиная с 20-х гг. XX в. по н. в.

Исследовательский вопрос: каков порядок распределения значений концепта предпринимательского действия независимо от присваиваемых этому концепту базовых десигнатов (функция, акт или действие)?

Методологическое основание: конструкционистская перспектива исследования реализуется через анализ порядка дискурса предпринимательского действия. В настоящее время специфически предпринимательское ядро предпринимательской деятельности стало содержанием концепта предпринимательского действия, которое пока не получило надежного места в смысловом поле фундаментального понятия социального действия. В происходящей конкуренции множества определений предпринимательского действия, которые нередко по-прежнему формулируются в терминах предпринимательской функции, отражаются как общий политический характер конструирования социальных концептов, так и турбулентность самого феномена предпринимательства, которое в силу его наблюдаемой инновативности всегда «стремится» выйти за установленный для него *предел*, соответственно, «опробергнуть» любое данное ему о-предел-ение. Этими обстоятельствами блокируется эссенциалистская перспектива определения предпринимательского действия, что актуализирует его познание в социально-конструкционистской парадигме.

Реализация конструкционистского подхода начинается с признания нормальности факта существования множества определений предпринимательского действия и постановки вопроса о критериях включения в это множество отдельных высказываний в качестве релевантных, достойных серьезного рассмотрения. Соответственно, вопрос об истинном или неистинном определении предпринимательского действия заменяется вопросом о порядке распределения релевантных значений в пространстве, или по М. Фуко – «формации», дискурса, в котором различные дефиниции выступают носителями этих различных значений рассматриваемого концепта. Произведенный переход от «определений» к «распределению» имеет важные последствия в познавательном плане: теперь определение уже не выступает в качестве самодостаточного «точечного» результата научного поиска, а требует выяснения своей локализации в пространстве дискурса на основе установления порядка его формирования, что в операциональном плане достигается различными методами картографии дискурса.

Метод: картографическая репрезентации дискурса производится на основе линий его напряженности. Картография дискурса в представляемом здесь понимании предполагает построение осей, задающих распределение значений (отдельных определений) концепта. При этом, искомые оси должны соответствовать линиям напряженности, обеспечивающим структурирование дискурса в его реальном функционировании, независимом от процедур его картографического описания. Это означает, что в искомым картографических ортогоналях соответствующих линиям самоупорядочивания дискурса, получает свое отражение процесс одновременного формирования и дискурсивного объекта, и метода производства последнего. С точки зрения конструкционистской эпистемологии это представляется как процесс социального конструирования в его двух измерениях: что и как конструируется дискурсом.

Ответы на что-вопрос связаны с тем, что заставляет бизнесмена или организацию работать по-предпринимательски. Это помещает содержательную сторону предпринимательского действия в область самой предпринимательской рациональности, которая распространяется на всю сеть человеческих и нечеловеческих акторов, вовлеченных в предпринимательский процесс. Таким образом, ответы на что-вопрос характеризуют «продуктовую» функцию дискурса. Они распределяются в диапазоне производимых рациональностей, ограниченном формальной информированностью о ценах и способностью быстрого калькулирования решений в соответствии с нею, с одной стороны, и смыслообразованием и игрой воображения – с другой.

В отношении как-вопроса распределение высказываний-ответов связывается, прежде всего, с вариациями в понимании способов «вдействованности» человека в само предпринимательское действие, выражающих вовлеченность актора в свое действие и его ответственность за результаты и последствия. В статье Уильяма Гартнера 1988 года содержалось предложение прекратить рассматривать актора как предпосылку действия («изучать танцора отдельно от танца»), поскольку специфические качества социального актора немислимы вне контекста той деятельности, в которой они реализуются [3]. Очевидно, что от конкретных видов понимаемого таким образом *энэктмента* [4] зависят значения любых ответов на что-вопрос о производимых дискурсом значениях предпринимательской рациональности.

Цель исследования: установление порядка распределения определений предпринимательского действия и выделение значимых в соответствии с этим порядком множеств определений, характеризующихся однородными свойствами.

Операционализация: понятие порядка дискурса (распределения значений концепта) получает модельное воплощение в форме макета (прототипа) карты дискурса. Это означает, что на данном этапе исследования концептуальное картирование (см., напр., [5]) по библиометрическим базам научного цитирования не производится.

Полученные оси рациональности и вдействованности позволяют произвести макетное картирование релевантного литературного материала (на примерах влиятельных классических и современных текстов) и провести анализ полученных квадрантов (табл. 1).

Результаты: 1) установлено, что напряженность дискурса по линии рациональности задается дихотомией *спекулятивного расчета* («спекуляции») и *имаджинативного видения* [6, с. 281], или *имаджинативного выбора* [7, с. 139] («воображения»), а по линии вдействованности – «собственности» и «самоотдачи»; 2) произведено макетное картирование дискурса в полученных координатных осях (табл. 1); 3) сформулированы гомогенные признаки определений предпринимательского действия, отражаемых на макете карты дискурса в качестве принадлежащих четырем различным множествам – «квадрантам», представляющим собой результат классификации одновременно по двум основаниям («рацио» и «энэктмента»); 4) произведен картографический «поквадрантный» обзор основных определений предпринимательского действия.

Макет карты дискурса предпринимательского действия,
выполненный на основе линий его напряженности (классификация определений
предпринимательского действия одновременно по двум основаниям)

СПЕКУЛЯЦИЯ	СОБСТВЕННОСТЬ		ВООБРАЖЕНИЕ
	I. РЕШЕНИЕ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ <i>Субъективное суждение</i> <i>Денежный расчет</i>	III. (ПЕРЕ)СБОРКА КАПИТАЛА <i>Координация планов</i> <i>Решаффлинг элементов капитала</i> <i>Рекомбинация прав собственности</i> <i>Организация гетерогенного капитала</i>	
	II. (ДИС)БАЛАНС СИСТЕМЫ ЦЕН <i>Инновация</i> <i>Арбитраж</i>	IV. ИСТИННЫЙ ВЫБОР <i>Порождающий акт</i> <i>Совмещение смыслов</i> <i>Квалификация благ</i>	
	САМООТДАЧА		

Первый квадрант включает в себя теоретические высказывания, центром тяготения для которых выступает понятие предпринимательского действия как субъективного суждения (решения), введенное в научный оборот Ф.Х. Найтом [8]. Важнейшую роль в таком понимании предпринимательского действия, которое у Найта как экономиста все еще обозначается термином «предпринимательская функция», играет понятие неопределенности. Однако Найт был далек от прямого выведения своей предпринимательской функции из факта рыночной неопределенности. Для него она выступает причиной того, что собственники производственных ресурсов своему активному (соответственно, рискованному) участию в производстве предпочитают получение гарантированного дохода от них. В качестве гаранта выступает особый субъект – «предприниматель», которым становится далеко не каждый желающий воспользоваться чужой собственностью, а только тот, кто предоставит 1) убедительный бизнес-план и 2) надежное обеспечение на случай неудачи проекта в виде собственности своей или поручителей.

Однако, чем прозрачней и реалистичней план и чем тверже гарантии (то есть чем ниже уровень неопределенности у владельцев ресурсов), тем выше неопределенность на стороне предпринимателя. Поскольку все достоверное знание в результате договорных процедур перешло на сторону собственников, то в преследовании реальной прибыли предпринимателю остается теперь полагаться только на собственное субъективное суждение (решение) в отношении тех объектов, классификации которых «ломаются» в результате создания для собственников все более и более прозрачных и убедительных схем. Так, например, увеличивая в бизнес-плане объем выпуска в качестве аргумента повышения конкурентоспособности проекта, предприниматель создает дополнительную неопределенность, связанную с ростом проблем (ломкой ранее понятных и беспроблемных классов вещей и процессов), понимание и решение которых выпадает исключительно на его долю. В результате та часть достоверного знания, которая стоит за субъективным решением, стремится к нулю, поскольку объекту этого знания, как правило, еще только предстоит возникнуть в результате этого решения. Поэтому предпринимательское решение не имеет априорных критериев правильности; оно утверждается, как подчеркивает Ричард Ланглюа, только постфактум [9, с. 13].

В отличие от Ф. Найта Л. фон Мизес предоставил гегемонную позицию не собственникам, а потребителям: «в своей роли коммерсанта человек является слугой потребителей, обязанным подчиняться их желаниям» [10, с. 227]; предприниматель «может преуспеть только путем наилучшего обслуживания потребителей» [10, с. 274]. Однако ради удовлетворения их потребностей и получения прибыли в награду за это предприниматель должен иметь свободу ресурсами на основе права собственности. Но распоряжению факторами производства предшествует «акт предпринимательства» [11, с. 309], состоящий в принятии решения о том, что производить на основе сопоставления имеющейся информации об актуальных ценах ресурсов и предсказании будущих цен производимых товаров. Иными словами, «действие должно делать выбор и справляться с неопределенным будущим» [11, с. 234]. Именно представленная здесь «спекуляция», или экономический расчет относительно будущего, производимый в денежных единицах, в отличие от «азартной игры» или «инженерного подхода» [11, с. 107] (или – «изобретательности» [12]) выступает *differentia specifica* предпринимательской системы хозяйства. Денежный расчет становится специфически предпринимательским «методом мышления» [12, с. 216–218], или специфически предпринимательской формой рациональности, определяющими вместе с собственностью на факторы производства специфически предпринимательский образ действия, состоящий в ответственном и волевом выборе направления аллокации ресурсов: «специфическая предпринимательская функция заключается в определении сфер применения факторов производства. Предприниматель – это человек, который находит им какое-либо особое предназначение» [12, с. 274].

В целом рассмотренное понимание предпринимательского действия как спекулятивного удерживает общие черты теорий данного квадранта как теорий субъективного суждения на основе собственности и особого понимания связи между настоящим и всегда неопределенным будущим в терминах экономического *расчета-суждения-спекуляции*. Теории подобного рода формируют особое (имени «Кантильона-Найта-Мизеса») направление в исследованиях предпринимательства [13, с. 10].

Второй квадрант представляет теории предпринимательства, которые игнорируют собственность в качестве значимого элемента для артикуляции предпринимательского действия. Как правило, проблема удержания человека в процессе действия решается имплицитным образом, предполагающим его беспроблемную вдействованность. У И. Кирцнера, например, рациональность не выходит за рамки спекулятивной логики, а конкретное проявление вдействованности описывается особым понятием бдительности (*alertness*).

Пересечением названных линий задается и содержание предпринимательского действия как открытия новых возможностей получения прибыли. В виду отсутствия инерции, связанной с конкретной структурой собственности и порождаемыми ею обязательствами, между актом распознавания возможностей и их использованием практически нет никаких опосредований, то есть факт нахождения информации о рыночных дисбалансах оказывается неотделимым от мгновенной реакции в виде использования предоставляемых ими возможностей, что обеспечивает восстановление равновесия рыночной экономики [14].

Таким образом, кирцнеровское понятие бдительности (*alertness*) характеризует не только отвечает на как-вопрос, описывая процесс удержания предпринимателя в действии, но и оказывает влияние на что-вопрос о характере предпринимательского знания, перефразируя его в духе эволюционной эпистемологии энактивизма: «Знание есть, скорее конструкция, которая дает возможность правильно реагировать на опасность или, напротив, на нечто привлекательное, чтобы выжить» [15, с. 56]. Собственность для существования в складках рынка с этой точки зрения не является необходимым элементом предпринимательского действия (в терминологии данного автора – «функции»).

Итак, кирцнеровский предприниматель, не обремененный собственностью, олицетворяет собой предпринимательское действие (функцию) в его наиболее чистом виде нахождения возможностей быстрого получения прибыли за счет арбитражных сделок.

Шумпетеровский предприниматель также не является ни собственником [16, с. 143, 173], ни носителем риска [16, с. 143, 235], ни представителем какого-либо особого знания, которое можно было бы назвать предпринимательским. Поэтому на вопросы о том, что удерживает его в предпринимательстве или хотя бы приводит к этому занятию, следует ответ, что в отличие от обычных людей он выступает носителем *энергической рациональности* [17]. Этот вид рациональности, получая очень поверхностную эпистемологическую экспликацию в «Теории экономического развития» Й. Шумпетера, сводится к превосходству над другими, в жертву которому приносится обычная *гедонистическая рациональность* [16, с. 166]. Предприниматель рассматривается Шумпетером исключительно как персонификация эндогенной функции экономического развития, что обеспечивается представлением предпринимателя в качестве эпизодического персонажа с очень непродолжительным пребыванием в реальном предпринимательском статусе [16, с. 142, 146–147]. Отсюда и схематизм описания предпринимателя и беспроблемность его энантивированности в свое, по сути, одноразовое действие.

Третий квадрант собирает теории, в которых неопределенность будущего заменяется его принципиальной неизвестностью. Поэтому спекуляция перестает быть надежным определением предпринимательского действия: предсказанию будущего теперь противопоставляется его созидание на основе экспериментирования и обучения на ошибках. Соответственно, образ знания, лежащего в основе предпринимательской рациональности претерпевает значительные изменения, а теория действия, соответственно, становится эпистемологической [18].

Одним из первых, кто встал на этот путь был Ф. фон Хайек. Из его – достаточно разрозненных – работ по теории рынка и теории капитала следует принципиальный вывод о том, что предпринимательское действие невозможно определить только «снаружи» со стороны рынка или только «изнутри» – со стороны непосредственного процесса функционирования капитала, либо вообще со стороны такого инородного и эпизодического для экономики субъекта, каким выступает (у Шумпетера) предприниматель. Предпринимательское действие с точки зрения экономической эпистемологии теперь представляет собой индивидуальное понимание рынка, которое проявляется в перестройке капитала [19], обеспечивающее в силу темпоральности процесса производства получение прибыли в достаточно отдаленной перспективе. В соответствии с этим, можно утверждать, что предприниматель «думает» не только посредством переконфигурации нейронных сетей в своем мозге, но и «практически» путем переконфигурации сети элементов своего капитала [20, с. 361] как единственного средства понимания и одновременно создания рыночной реальности. Результатом включения капитала в когнитивный механизм предпринимательства становится превращение его в *агента* развития, как, например, у Шумпетера [16, с. 191–196, 273], в метод осуществления новых комбинаций [16, с. 222].

В упомянутой сети элементов капитала получает воплощение интеллектуальный продукт предпринимателя, его понимание своего места в рыночном процессе в форме «производственного плана». Предметом же, который «обдумывается» таким специфическим способом как его постоянная корректировка и перестройка, выступают субъективные собственные ожидания предпринимателя и ожидания его контрагентов, данные предпринимателю посредством информационно-коммуникационной сети [11, с. 615], в качестве которой выступает динамическая система цен, хранящая знание обо всех процессах в экономике. Специфика этого знания в том, что каждому предпринимателю оно дается локально, фрагментарно и усваивается им субъективно согласно его способностям и его позиции в экономике. Таким образом, общее знание оказывается распределенным между множеством индивидов, и нет такого субъекта, такой инстанции, которые были бы в состоянии собрать его воедино без искажения и упрощения. Однако, как пишет Хайек,

экономика работает с точки зрения ее результатов так, как будто такой субъект или такая инстанция существует [21]. Причиной такого положения является то, что в названные процессы «понимания» своего места в экономике посредством постоянных корректировок производственных планов вовлечены одновременно все предприниматели, локально и разрозненно создавая в действительности то, что им, как и описывающим их теоретикам, представляется как распределенное знание. Результатом взаимодействия предпринимателей является решение, причем наилучшим – по Хайеку – образом, великой «проблемы координации». Итак, в качестве первого определения предпринимательского действия, относящегося к рассматриваемому квадранту, является координация производственного плана каждого данного предпринимателя со всеми другими, связь с которыми (через цены) обнаруживается как по горизонтали, так и по вертикали с точки зрения временной координаты. Или в целом для всех: «координация производственных планов».

Людвиг Лахманн делает дальнейший шаг в сторону развития радикально субъективистской парадигмы, полагая в отличие от метафор часового механизма, организма или хайекианского распределенного знания метафору калейдоскопа ключевой для своей концептуализации предпринимательского действия. Согласно этой метафоре рыночные конфигурации возникают спонтанно в результате малейших толчков, как изменения картинки в калейдоскопе. Эти толчки вызваны тем, что предприниматели воспринимают мир (и соответственно, свой капитал) не в заданных объективных свойствах, в собственных субъективных конструктах, выступающих плодом их интерпретаций. Обогащение экономического анализа интерпретативным методом делает Лахманна основоположником герменевтического подхода в экономике [22, с. 12].

По Лахманну, именно формирование названных «конструктов» и, соответственно, их сборка в новое целое, в результате чего совокупность разных вещей превращается в капитал, выступает содержанием предпринимательского действия, по-прежнему еще именуемого функцией. Однако создание *структуры капитала* никогда не является завершенным, что определяется как динамическим состоянием окружающей среды (конкуренция), так и невозможностью обозрения капитала в одновременности всех происходящих с его элементами процессов. Это превращает предпринимателя в актора, обеспечивающего функционирование капитала путем постоянного «решафлинга» [23, с. 13] (от shuffle – в значении «тасовать карты») его интерпретируемых в качестве полезных свойств. Итак, по Лахманну, решафлинг становится постоянным действием предпринимателя. Без этой активности по постоянной пересборке капитал мертв, в чем предпринимательство и находит свою рутину, не сводимую к повседневным управленческим практикам, то есть такой режим самоотдачи, который автоматически решает проблему удержания деятеля в деятельном состоянии.

Развитием идеи решафлинга можно считать концепцию онтологического колебания К. Вейка [24, с. 63–65], в которой представлен «знанийевый» механизм формирования организационной реальности, выступающей эквивалентом «структуры капитала» в теориях экономики и предпринимательства с отмеченными трудностями ее фиксации. Проявлением этих трудностей является формирование специфической двойственности предпринимательского знания – его постоянного колебания между производимыми им функционалистским и интерпретативистским образами реальности [25; 26].

К рассматриваемому дискурсивному единству определений предпринимательского действия, основанному на приоритете собственности (капитала) и интерпретативного знания, относятся также развивающиеся лахманновский подход институциональная «теория прав собственности» (А. Алчиан [27], Г. Демсец [28], Й. Барцель [29] и др.) и концепция «предпринимательской организации гетерогенного капитала» [30].

Четвертый квадрант репрезентует дискурсивное единство трактовок предпринимательства, в которых приоритет в эпистемологическом плане также отдается воображению. Однако главное внимание здесь уделяется аспектам действия, связанным со смешением разных смыслов предлагаемых благ, с конкуренцией моделей оценивания,

с конструированием новых вкусов и предпочтений потребителей. Идейным вдохновителем рассматриваемого направления в конструировании образа предпринимательства является Дж. Л. Ш. Шэккл, который развил понятие «истинного выбора», представляющего собой «выбор между разными продуктами воображения» [31, с. 758]. С понятием «истинного выбора» тесно связано понятие «порождающего акта» («*origivative act*» [31, с. 767]), которое, очевидно, является здесь аватаром предпринимательского действия.

В современных условиях истинный выбор из домена радикального субъективизма перетекает в интенсивно формирующееся конструкционистское направление предпринимательских исследований, представленное разрабатываемой Тоддом Чайлзом с коллегами теорией «динамического созидания» [32]; теорией гиперконкуренции [33, 34]; концепцией «экономики качеств», обоснованной коллективом под руководством Мишеля Каллона [35]; понятием «предпринимательского бриколажа» [36, 37, 38]; теорией гетерархии («конкурирующих моделей оценивания») Д. Старка [39].

Для данного дискурсивного единства не характерна фокусировка на собственности и капитале. Ее заменяет вдействованность акторов в социальные сети. Хотя организационные образования и сохраняют свою обособленность в качестве лабораторий по формированию новых потребностей [35, с. 73], они, как и конструируемые и постоянно (пере)квалифицируемые ими блага, выступают не предпосылками, а скорее результатами сетевых взаимодействий множества гетерогенных акторов [40, с. 4]. Соответственно, и участвующее в этих процессах социального конструирования благ знание существует в форме дискурса, функционированием которого производятся новые значения вещей, а значит, и их новые ценности.

Заключение. Проведенное макетное (предварительное) картирование дискурса предпринимательского действия позволяет в качестве следующего шага реализовать полное картирование названного дискурса на основе данных из больших баз научного цитирования.

Главная трудность в этом направлении состоит в обучении применяемых для сбора релевантных текстов компьютерных программ отличать употребление термина «*entrepreneurial function*» в значении собственно функции (влияния, эффекта, пользы) от его употребления в значении «действие». В настоящее время, хотя и наблюдается резкий рост исследований собственно «*entrepreneurial action*» [41; 42], большой поток исследований с «акционистской» повесткой маркируется по-прежнему термином предпринимательской функции. Плохая различимость предпринимательства «как действия» и предпринимательства «как функции» (для поисковых машин, разумеется) грозит в ближайшее время наложиться на их общую неотличимость от предпринимательства «как практики», институционализация которого как особого домена, реализующего прагматический поворот (он же нарративный и дискурсивный подход [43]) в исследованиях предпринимательства, уже провозглашена влиятельными представителями данного поля [44, 45].

Соответственно, исследование генезиса, автономизации и взаимодействия дискурсивных формаций предпринимательских «функции», «действия», «практики» и, что особенно ново, «метода» [46] («переноса» [47]) становится очень актуальным для развития как экономики, так и многих других сфер жизни общества.

Благодарность. Исследование выполнено при поддержке Программы развития ТГУ («Приоритет-2030»).

Литература

1. *Baryshev A.* The regional spectra for the entrepreneurial motives and the dissemination of entrepreneurs' knowledge in the context of modern discursive formation of entrepreneurship / Economic and Social Development (Book of Abstracts) – XIV International Conference “Russian Regions in the Focus of Changes” Special Edition. Varazdin, Croatia: Varazdin Development and Entrepreneurship Agency; Yekaterinburg, Russian Federation: Graduate School of Economics and Management, Ural Federal University, 2019. – P. 154–161.

2. *Klein P.G., Bullock, J.B.* Can entrepreneurship be taught? // *Journal of Agricultural and Applied Economics*. – 2006. – Volume 38. – Issue 2. – P. 429–439.
3. *Gartner W.B.* «Who Is an entrepreneur?» Is the Wrong Question // *American journal of small business*. – 1988. – Volume 12, Issue 4. – P. 11–32.
4. *Weick K.E.* Enacted sensemaking in crisis situations // *Journal of Management Studies*. – 1988. – Volume 25. – P. 305–317.
5. *Hernández-Torrano D., Ibrayeva L., Sparks J., Lim N., Clementi A., Almukhambetova A., Nurtayev Y., Muratkyzy A.* Mental health and well-being of university students: A bibliometric mapping of the literature // *Frontiers in psychology* – 2020. – Volume 11. – № 1226.
6. *Sarasvathy S.D., Dew N.* Without judgment: An empirically-based entrepreneurial theory of the firm // *The Review of Austrian Economics*. – 2013. – Volume 26. – P. 277–296.
7. *Chiles T.H., Vultee D.M., Gupta V.K., Greening D.W., Tuggle C.S.* The philosophical foundations of a radical Austrian approach to entrepreneurship // *Journal of Management Inquiry*. – 2010. – Volume 19. – Issue 2. – P. 138–164.
8. *Найт Ф.Х.* Риск, неопределенность и прибыль. – М.: Дело, 2003. – 360 с.
9. *Langlois R.N.* The Entrepreneurial theory of the firm and the theory of the entrepreneurial firm // *Economics Working Papers*. – 2005. – 200527.
10. *Мизес Л. фон.* Человеческая деятельность: трактат по экономической теории. – Челябинск: Социум, 2008. – 878 с.
11. *История экономических учений / Под ред. В Автомонова, О. Ананьина, Н. Макашевой:* учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 784 с.
12. *Мизес Л. фон.* Как работает рыночная экономика // *Мизес Л. фон Индивид, рынок и правовое государство*. – СПб.: «Пневма», 1999. – 196 с.
13. *Foss N.J., Klein P.G.* Entrepreneurial alertness and opportunity discovery: Origins, attributes, critique // *The historical foundations of entrepreneurship research / Hans Landström and Franz Lohrke, eds.* – Aldershot, UK: Edward Elgar, 2010. – 448 p.
14. *Kirzner I.M.* The Alert and Creative Entrepreneur: A Clarification // *Small Business Economics*. – 2009. Volume 32, Issue 2. – P. 145–152.
15. *Князева Е.Н.* Энактивизм: новая форма конструктивизма в эпистемологии. – М.; СПб.: Центр гуманитарных инициатив; Университетская книга, 2014. – 352 с.
16. *Шумпетер Й.А.* Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Эксмо, 2008. – 864 с.
17. *Arena R., Gloria-Palermo S.* Evolutionary Themes in the Austrian Tradition: Menger, von Wieser and Schumpeter on Institutions and Rationality // *The Evolution of Economic Institutions / Hodgson G., ed.* – Aldershot, UK: Edward Elgar, 2007. – С. 198–210.
18. *Boettke P.J., Shaeffer E.C., Snow N.A.* The context of context: The evolution of Hayek's epistemic turn in economics and politics // *What is so Austrian about Austrian Economics?* – Emerald Group Publishing Limited. – 2010. – Volume 14. – P. 69–86.
19. *Von Hayek F.A.* The pure theory of capital. – Chicago: University of Chicago Press, 1941. – 464 p.
20. *Baryshev A.A., Barysheva G.A.* Social entrepreneurship: metaphysics of entrepreneurship in practice // *The European proceedings of social & behavioural sciences (EpSBS)*. – 2016. – Volume 7: Lifelong Wellbeing in the World (WELLSO 2015). – Nicosia: European Publisher, 2015. – P. 352–365.
21. *Von Hayek F.A.* Economics and knowledge // *Economica*. – 1937. – Volume 4, Issue 13. – P. 33–54.
22. *Di Iorio F.* Are hermeneutics and the austrian approach compatible? A clarifying analysis. – CHOPE working paper. – Center for the history of political economy at Duke University, 2013. – No. 2013-06. – 20 p.
23. *Lachmann L* Capital and its structure. – Kansas City, MO: Sheed, Andrews, & McMeel, 1956. – 130 p.
24. *Вейк К.* Смыслопроизводство в организациях. – Х.: Гуманитарный Центр, 2015. – 320 с.

25. *Baryshev A.A., Kashpur V.* Entrepreneurs trinity and its manifestation under conditions of cognitive capitalism // *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences (EpSBS). Volume 26: Responsible Research and Innovation (RRI 2016).* – Nicosia: European Publisher, 2017. – P. 370–379.
26. *Щекотин Е.В., Барышев А.А., Каптур В.В.* Риск в обществе знания: предпринимательская организация в «интерпретативной ловушке» / *Социальные практики и управление: проблемное поле социологии / V Сибирский социологический форум (Новосибирск, 24 ноября 2017 г.).* – Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления, 2017. – С. 285–288.
27. *Alchian A.A.* Some economics of property rights // *Il Politico.* – 1965. – Volume 30. – P. 816–829.
28. *Demsetz H.* Toward a theory of property rights // *American Economic Review.* – 1967. – Volume 57. – P. 347–359.
29. *Barzel Y.* *Economic Analysis of Property Rights.* – Cambridge: Cambridge University Press, 1997. – 176 p.
30. *Foss K., Foss N.J., Klein P.G., Klein S.K.* The entrepreneurial organization of heterogeneous capital // *Journal of Management Studies.* – 2007. – Volume 44. – Issue 7. – P. 1165–1186.
31. *Shackle G.L.S.* Policy, poetry and success // *Economic Journal.* – 1966. – Volume 76. – P. 755–767.
32. *Chiles T.H., Tuggle C.S., McMullen J.S., Bierman L., Greening D.W.* Dynamic creation: Extending the radical Austrian approach to entrepreneurship // *Organization Studies.* – 2010. – Volume 31. – Issue 1. – P. 7–46.
33. *D'Aveni R.A.* *Hypercompetition.* – New York: Macmillan, 1994. – 448 p.
34. *Selsky J.W., Goes J., Baburoğlu O.N.* Contrasting perspectives of strategy making: Applications in 'hyper' environments // *Organization Studies.* – 2007. – Volume 28. – P. 71–94.
35. *Каллон М., Меадель С., Рабехарисоа В.* Экономика качеств // *Журнал социологии и социальной антропологии.* – 2008. – Volume 11. – Issue 4. – С. 59–87.
36. *Baker T., Nelson R.E.* Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage // *Administrative Science Quarterly.* – 2005. – Volume 50. – P. 329–366.
37. *Scazziota V.V., Andreassi T., Serra F.A.R., Guerrazzi L.* Expanding knowledge frontiers in entrepreneurship: examining bricolage and effectuation // *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research.* – 2020. – Volume 26. – Issue 5. – P. 1043–1065.
38. *Fisher G.* Effectuation, causation, and bricolage: A behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research // *Entrepreneurship Theory and Practice.* – 2012. – Volume 36. – Issue 5. – P. 1019–1051.
39. *Stark D.* *The sense of dissonance: accounts of worth in economic life.* – Princeton: Princeton University Press, 2009. – 264 p.
40. *Cieslik K.J., Leeuwis C., Dewulf A.R.P.J., Lie R., Werners S.E., Van Wessel M., Feindt P., Struik P.C. et al.* Addressing socio-ecological development challenges in the digital age: exploring the potential of environmental virtual observatories for connective action (EVOCA) // *NJAS-Wageningen Journal of Life Sciences.* – 2018. – Volume 86. – P. 2–11.
41. *Townsend D.M., Hunt R.A., McMullen J.S., Sarasvathy S.D.* Uncertainty, knowledge problems, and entrepreneurial action // *Academy of Management Annals.* – 2018. – Volume 12. – Issue 2. – P. 659–687.
42. *Shepherd D.A., Seyb S., Williams T.A.* Empathy-driven entrepreneurial action: well-being outcomes for entrepreneurs and target beneficiaries // *Journal of business venturing.* – 2023. – Volume 38. – Issue 2. – № 106290.
43. *Hjorth D., Steyaert C.* *Narrative and discursive approaches in entrepreneurship: a second movements in entrepreneurship book.* – Aldershot, UK: Edward Elgar, 2004. – 328 p.
44. *Claire C., Lefebvre V., Ronteau S.* Entrepreneurship as practice: systematic literature review of a nascent field // *Entrepreneurship & regional development.* – 2020. – Volume 32. – Issue 3-4. – P. 281–312.

45. *Thompson N.A., Verduijn K., Gartner W.B.* Entrepreneurship-as-practice: Grounding contemporary theories of practice into entrepreneurship studies // *Entrepreneurship & Regional Development*. – 2020. – Volume 32. – Issue 3-4. – P. 247–256.
46. *Mansoori, Y., Berglund, H., & Bousfiha, M.* Transformation and experimentation: two ideal types of entrepreneurship as method / *EURAM Conference*. – Warsaw, Poland, 2015. – № 13530.
47. *Барышев А.А., Кауцыр В.В.* Картирование концепта entrepreneurship на основе анализа лингвистических форм выражения новых значений / *Социальные практики и управление: проблемное поле социологии: V Сибирский социологический форум (Новосибирск, 28 октября 2022 г.)*. – Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления, 2022. – С. 153–159.

СПОСОБЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЕЖИ К СОЦИАЛЬНОМУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ НА ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СО НКО ИНКЛЮЗИВНЫЕ МАСТЕРСКИЕ «ПРОСТЫЕ ВЕЩИ»

Волкова Анна Геннадьевна,

Гончарова Светлана Владимировна

Дальневосточный федеральный университет (ДФУ), Владивосток, Россия

Аннотация. В статье рассмотрены основные способы привлечения молодежи к социальному предпринимательству, описаны особенности деятельности СО НКО Инклюзивные мастерские «Простые вещи», обозначены методы мотивации в социальном секторе, а также приведены результаты исследования с применением анализа документов и отчетов организации, интервью руководителя организации, упоминания в СМИ, материалы форумов с упоминанием Инклюзивных мастерских «Простые вещи».

Ключевые слова: мотивация, способы мотивации, НКО, социальное предпринимательство, интервью.

Изучение системы мотивации в НКО является важным для эффективной работы организаций с социальной направленностью. В распоряжении НКО имеется гораздо меньше экономических рычагов воздействия на формирование мотивации людей, чем в коммерческом секторе. Часть участников организаций некоммерческой сферы прилагает максимум усилий без особого контроля со стороны руководства, они честолюбивы и не нуждаются в дополнительных стимулах, имеют внутренний локус контроля. Однако большей части работников требуются особые стимулы для того, чтобы они выкладывались на работе, в силу характера работы и личных особенностей. В связи с этим интересно рассмотреть способы привлечения молодежи к социальному предпринимательству на примере конкретной организации.

Для изучения системы организации привлечения молодежи к социальному предпринимательству в социально-ориентированной организации - Инклюзивные мастерские «Простые вещи» был применен социологический анализ. Суть данного метода позволяет проанализировать различные источники информации (документы и отчеты организации, интервью руководителя организации, упоминания в СМИ, материалы форумов) и определить особенности мотивационной системы в организации.

Объект: деятельность Инклюзивных мастерских «Простые вещи».

Предмет: особенности мотивационной системы в Инклюзивных мастерских «Простые вещи».

Цель: выявление особенностей мотивационной системы Инклюзивных мастерских «Простые вещи».

Задачи:

– изучить структуру организации Инклюзивных мастерских «Простые вещи»;

- описать систему мотивации сотрудников Инклюзивных мастерских «Простые вещи»;
- выявить основные особенности мотивации сотрудников в Инклюзивных мастерских «Простые вещи».

Источниковая база: журналистские материалы об организации, размещенные в СМИ, в сети Интернет, в том числе в социальных сетях и в других ресурсах с 2018 по 2022 гг. об организации, интервью руководителя организации, упоминания в СМИ, материалы форумов с упоминанием Инклюзивных мастерских «Простые вещи».

На официальном сайте организации в разделе «О нас» отображается специфика компании. Итак, «Простые вещи» – это 7 мастерских (керамическая, столярная, швейная, графическая, кулинарная, арт-студия, цветочная) в Петербурге, где работают взрослые люди с ментальными особенностями. Социальная проблема, на решение которой направлена деятельность инклюзивных мастерских «Простые вещи» — занятость взрослых людей с инвалидностью. В результате совместной работы ведущих мастерских, мастеров и волонтеров получаются красивые и качественные вещи: керамическая посуда, текстиль, деревянные изделия, мебель, аксессуары, даже джемы и карамель [4]. Девиз организации: «Дело есть каждому». Согласно информации, представленной на сайте, Инклюзивные мастерские «Простые вещи» были созданы, чтобы все были равны и занимались интересным делом. «За каждой вещью стоит полноценная жизнь человека с ментальными особенностями, спокойная жизнь его близких, принимающее сообщество сотрудников и волонтеров. Вместе они строят устойчивую систему для того, чтобы люди с ментальной инвалидностью в России могли работать на оплачиваемой работе и жить нормальную жизнь, не оставаясь в изоляции» – выдержка с сайта. Подобные установки демонстрируют индивидуальный подход к управлению в компании, то есть в учет ставятся интересы сотрудников и их особенности.

В ходе исследования также были проанализированы самые значимые интервью руководителя и создателя мастерских Марией Грековой. Мария была включена в ежегодный рейтинг предпринимателей Российского Forbes «30 до 30» в номинации «Социальные практики» [5]. Что подчеркивает ее успехи в реализации личной инициативы и эффективности работы. Список проанализированных интервью представлен в Таблице 1.

Таблица 1

Список интервью в СМИ с руководителем СО НКО «Простые вещи»

Интервью	Дата	Источник
Маша Грекова, 25 лет, основательница инклюзивного кафе «Огурцы» и инклюзивных мастерских «Простые вещи»	Апрель 2020	ЯндексДзен URL: https://dzen.ru
Маша Грекова: «Вместе с «585*ЗОЛОТОЙ» мы рассказываем про инклюзию языком подарков на Новый год»	Декабрь 2022	Женский журнал «Золотой» URL: https://zolotoy.ru
«Только для всех»	Сентябрь 2021	Медиа о социальных проблемах «Такие дела» URL: https://takiedela.ru
Интервью с Машей Грековой. Создатель инклюзивных мастерских – о страхах, дружбе и о том, как кофе сближает горожан	Январь 2020	«Fiesta» Городское издание о культурной жизни. URL: https://www.fiesta.ru
«Инклюзия — это про то, что мы разные»	Декабрь 2020	Издательство «Cuprum». Север-групп Медицина. URL: https://cuprum.media
Маша Грекова: «В последние несколько месяцев люди очень сильно задумываются о смыслах»	Июнь 2022	Православный портал о благотворительности «Милосердие.ru» URL: https://www.miloserdie.ru

Интервью	Дата	Источник
«Чтобы бороться со стереотипами, надо просто делать всё нормально»	Январь 2020	Медиа «НОЖ» URL: https://knife.media/masha-grekova/
«Как инклюзивные мастерские зарабатывают деньги»	Ноябрь 2022	«ТинькоффЖурнал» URL: https://journal.tinkoff.ru
Простые вещи. Мария Грекова выпускница #МГППУ, автор инклюзивных проектов. #простыевещи #огурцы	Декабрь 2021	Ютуб-канал МГППУ URL: https://www.youtube.com

* Составлена автором.

Важно определить какие методы мотивации могут использоваться для штатных сотрудников НКО с учетом специфики социально ориентированной деятельности, что может привлечь молодых людей к работе в данной организации. К таким методам можно отнести:

- материальное стимулирование (оклад, премии, бонусы за проекты, другие материальные блага — отдых, возможности путешествовать, получать образование);
- партисипативное управление (вовлечение в принятие управленческих решений, руководство проектами, доверие, делегирование полномочий и ответственности);
- возможность влиять на развитие общества и участвовать в позитивных социальных изменениях;
- возможность самореализации и саморазвития (реализация творческого потенциала, приобретение дополнительного опыта и компетенций). В ситуации материального стимулирования зачастую НКО трудно использовать объективные показатели для премирования (подобно показателю прибыли, объема продаж и т.п. в коммерческом секторе).

Особенности системы мотивации сотрудников в Инклюзивных мастерских «Простые вещи» можно обозначить следующим образом:

- создание гибких условий работы с учетом индивидуальных, особенностей сотрудников (следование плану и графику работы, конкретные цели и задачи работы);
- постоянное обучение сотрудников и возможность смены деятельности в любой промежуток времени;
- свобода выбора – честность перед самим собой и перед коллегами как главный принцип работы;
- отдых в удобное время;
- конечная цель работы – интересный и полезный продукт, повышение статуса работы для сотрудников;
- возможности для проявления своих идей в творчестве, самореализации;
- нет индивидуального сопровождения (сотрудник с ментальными особенностями посещает мастерские без сопровождения опекунов или родителей как обычные мастера). Инклюзивная и интегрированная среда, причастность к решению актуальной социальной проблемы в обществе.

В интервью для «Яндекс.Дзен» Мария говорит о мотивации следующее: «Для меня работа стала неотъемлемой частью жизни. И когда у нас все получается, и жизнь моя становится интереснее. Такого я стараюсь достичь и для наших сотрудников». Это свидетельствует о высоком уровне эмпатии и вовлеченности в работу организации руководителя, что непосредственно влияет на взаимоотношения в коллективе и эффективность работы, а также заинтересованность молодых людей в социальном бизнесе.

В годовом отчете Инклюзивных мастерских «Простые вещи» 2021 года описаны основные итоги работы организации за год, среди которых отмечается и вклад волонтеров в положительные результаты [1]. Было проведено: 10 встреч для новых волонтеров, 19 обучающих мастер-классов, 20+ марафонов и ярмарок с участием волонтеров.

Руководство стремится не допускать выгорания сотрудников, так как не может позволить текучести кадров – это сказалось бы негативно, в первую очередь, на благополучателях.

В целом в НКО уже наработан опыт удержания сотрудников за счет нематериальных стимулов. Сюда относятся, прежде всего, гибкий график, благоприятная атмосфера в коллективе, возможность сменить направление внутри НКО. Наиболее распространенные практики – разговоры с командой и индивидуальный подход к сотрудникам. В целом выстроенная коммуникация представляется крайне важным фактором, влияющим на климат в коллективе. Некоторые крупные НКО практикуют консультации с психологом. Помимо внутренних рисков, имеет значение профилактика негативного отношения к сектору во внешней среде, то есть признание важности миссии и заслуг НКО обществом.

Зачастую, уровень заработной платы в НКО не является высоким по сравнению с другими организациями, поэтому необходимо помнить о сходствах между мотивацией сотрудников и добровольцев. Некоммерческие организации отличаются от остальных, как правило, особой организационной культурой благотворительности и наличием единых общественно-значимых целей, совместной работой для их достижения. Поэтому мотивацию сотрудников и волонтеров объединяют возможности почувствовать себя нужным и полезным обществу, проявить себя и сделать мир лучше, работать среди единомышленников.

Волонтеры привлекаются на отдельные проекты и программы, реализуемые НКО, как правило, на короткий период времени. Волонтерская деятельность также нуждается в управлении и стимулировании со стороны руководителя НКО. Для этого могут быть использованы следующие методы:

- получение материальных выгод (бесплатных товаров или услуг взамен на помощь);
- получение рекомендательных и благодарственных писем;
- накопление социального капитала личности (расширение круга общения, деловые связи и опыт);
- получение практики «pro bono», характерной чертой такой практики является оказание профессиональной помощи;
- возможность участвовать в решении социальных проблем и социальном развитии общества, удовлетворение личных потребностей в саморазвитии, общении, социальном признании [3].

В одном из интервью Мария Грекова отметила деятельность Агентства социальной информации «НКОпрофи», которая помогает представителям НКО и руководителям проводить диагностику в организации и получать разную полезную информацию. Так, в отчете за 2022 год «Профессиональная идентичность и мотивация работы в НКО Часть 1. Аналитический отчет по результатам анализа интервью с сотрудниками и руководителями НКО» были представлены актуальные данные для изучения в рамках темы курсовой работы [2]. Исследовательские процедуры были выполнены в качественной парадигме сбора и анализа данных. Всего было проведено 35 полуформализованных интервью с руководителями и рядовыми сотрудниками НКО, из них 15 – руководители и 20 – сотрудники. Из представленных в отчете данных были проанализированы данные о мотивации работы в НКО.

По мнению Марии Грековой, в НКО не должно быть четкого разграничения между сотрудниками. Команда состоит из мастеров (взрослые люди с ментальными особенностями), ведущих мастерских (ответственных за работу каждой мастерской) и админ-команды (людей, поддерживающих систему проекта). Так создается инклюзивная среда. Социальные изменения в сфере приложения усилий НКО, возможность изменить систему, сделать что-то, что позитивно повлияет на жизнь многих людей, – вот основные мотивы работы в НКО. Мария Грекова называет это осмысленностью – это не просто работа, а то, что меняет жизнь к лучшему, поэтому в деятельности НКО есть значительный личный и социальный смысл.

Ключевыми инструментами для вовлечения молодежи в деятельность организации, эффективной работы и создания уникальной системы мотивации, где каждый сотрудник занимается «делом по душе» можно считать следующие:

- принимающая безопасная среда;
- свобода выбора и самостоятельность;

- оплачиваемый труд;
- общение и отношения между всеми участниками мастерских наравне (нет отделения особых людей от сотрудников и волонтеров);
- открытые инклюзивные мероприятия;
- раскрытие талантов, развитие навыков, повышение веры в себя и социализация, развитие адаптивности;
- расширение прав и возможностей, снижение рисков попадания в психоневрологический интернат;
- достойный уровень жизни;
- включенность в общество, инклюзия;
- просвещение, снижение тревожности в обществе.

Таким образом, основными способами привлечения молодежи в социально – ориентированный бизнес являются: создание условий для комфортной реализации своего потенциала (творческого, управленческого и др.), возможность постоянного обучения. Применение различных методов мотивации в некоммерческих организациях с использованием нематериальных стимулов особенно востребовано, т.к. часто в подобных организациях существует ограниченность финансовых ресурсов. Эффективно применять методы нематериальной мотивации смогут, на наш взгляд, руководители или предприниматели, знающие о ценностях, потребностях и интересах подчиненных, выстроившие хорошую коммуникацию в коллективе с общим пониманием цели и миссии работы организации некоммерческого сектора. Примером такой организации являются Инклюзивные мастерские «Простые вещи». В рамках социологического анализа разного вида информации были выявлены основные особенности системы мотивации в данной организации – преимущество нематериальных элементов мотивации, высокий уровень социального активизма у сотрудников, гибкость в принятии решений, реализация творческого потенциала и др. Мотивация работы в НКО держится, главным образом, на двух столпах: на амбиции улучшить социальную среду и миссии и ценностях конкретной организации. Миссия и ценностные ориентиры во многом являются важными фильтрами при формировании коллектива НКО как команды единомышленников. Миссия – это то, что «собирает все процессы» организации и мотивирует сотрудников выживать в ситуациях стресса, напряжения и недостатка ресурсов.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования полученных результатов для дальнейших исследований опыта молодежного социального предпринимательства Владивостока в рамках научной деятельности, а также для изучения социальными предпринимателями.

Литература

1. Годовой отчет Инклюзивных мастерских «Простые вещи» 2021 года. – URL: <https://prostieveschi.ru> (дата обращения: 26.12.2022).
2. Отчет за 2022 год «Профессиональная идентичность и мотивация работы в НКО Часть 1. Аналитический отчет по результатам анализа интервью с сотрудниками и руководителями НКО». – URL: <https://www.asi.org.ru> (дата обращения: 26.12.2022).
3. Официальный портал АНО «Ресурсный центр поддержки некоммерческих организаций и гражданских инициатив». – URL: <https://nko76.ru> (дата обращения: 26.12.2022).
4. Официальный сайт Инклюзивных мастерских «Простые вещи». – URL: <https://prostieveschi.ru/> (дата обращения: 26.12.2022).
5. Официальный сайт Российского Forbes. – URL: <https://30-under-30.forbes.ru/2020#socialnye-praktiki> (дата обращения: 26.12.2022).

ТРУДОУСТРОЙСТВО ЛЮДЕЙ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ (НА МАТЕРИАЛАХ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)

Гарипова Регина Рафисовна,
Сатикова Ильмира Илгамовна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В статье представлены некоторые результаты социологического исследования, направленного на выявление положения людей с инвалидностью на рынке труда, выделены барьеры на пути трудоустройства данной группы населения.

Ключевые слова: социальная инклюзия, трудоустройство, люди с инвалидностью, политика занятости.

В последние годы во многих странах, в том числе и в России, активно предпринимаются меры, направленные на вовлечение лиц с ограниченными возможностями здоровья в сферу труда. Наиболее высокие показатели занятости данной категории населения определены в таких странах как Канада, Австрия, Германия (более 50 %) [1, с. 137]. В 2017 году Правительством Российской Федерации был подписан план мероприятий, подразумевающий повышение указанного показателя с 2017 по 2020 год до 50 % (Распоряжение Правительства Российской Федерации от 10 мая 2017 года № 893-р.).

Однако, несмотря на меры социальной политики государства, на фоне высокой доли лиц с инвалидностью трудоспособного возраста (высокий уровень инвалидизации), сохраняются довольно низкие показатели их занятости. Так, по данным Росстата за 2022 год в России более 11 млн людей с инвалидностью, из них лишь около 26 % трудоустроены. То есть, вопрос трудоустройства этой категории населения в российском обществе все еще остается актуальным, требует анализа современной ситуации и поиска механизмов содействия.

В рамках авторского социологического исследования был рассмотрен опыт трудоустройства людей с инвалидностью в Республике Татарстан. Данный регион был выбран не случайно, по данным Федерального реестра инвалидов (ФРИ) в 2022 году республика вошла в топ 5 регионов нашей страны по уровню трудоустройства людей с инвалидностью и занимает третью позицию среди лидеров (табл. № 1).

Таблица № 1. Доля трудоустроенных лиц с инвалидностью в регионах России (топ-5 регионов с высокими показателями)

Регион	Доля
Санкт-Петербург	36,4 %
Московская область	34 %
Республика Татарстан	31 %
Москва	27,3 %
Краснодарский край	26,5 %

Более подробные и актуальные данные предоставлены Министерством труда и социальной защиты Республики Татарстан: на начало 2023 года (по республике в целом) в Центры занятости населения обратилось 2 495 людей со статусом инвалидности, из них 1 753 были трудоустроены и 454 зарегистрированы в качестве безработных [3]. Учитывая, что в 2020 уровень трудоустройства среди людей с инвалидностью обратившихся в ЦЗН составил 47 %, то в 2022 году этот показатель составил 70 %. То есть доля трудоустроенных через Центры занятости населения в республике увеличилась.

Авторский социологический проект включал два этапа исследования. На первом этапе мы провели формализованный онлайн-опрос людей с инвалидностью (n = 203) с целью изу-

чения потребностей и мотивации данной социальной группы к трудовой занятости, а также выявления барьеров к трудоустройству. Рекрутирование респондентов осуществлялось посредством социальных сетей таких, как WhatsApp (беседы/чаты людей с инвалидностью), Вконтакте в следующих сообществах: «Трудоустройство людей с инвалидностью в Казани», «Вера Казань», «Добрая Казань». На втором этапе исследования была проведена серия глубинных интервью с экспертами, представляющими организации, оказывающими содействие в трудоустройстве людям с инвалидностью (n = 10).

В онлайн-опросе приняли участие респонденты трудоспособного возраста со статусом инвалидности, среди них 60 % мужчин и 40 % женщин; 67 % опрошенных получили инвалидность в детстве; 30 % респондентов работают в настоящее время. Большую часть респондентов составили те, кто не работает, но находится в поиске работы (49 %). Пятая часть участников опроса (21 %), не работает в настоящее время и не ищет работу.

В самом начале опроса были заданы вопросы, связанные с оценкой качества жизни. По полученным данным большинство респондентов оценили качество своей жизни как «среднее» (51 %), пятая часть как «ниже среднего» (21 %) и «низкое» (12 %), лишь 14 % респондентов оценили качество своей жизни как «высокое». Что касается удовлетворенности заработной платой, то мы получили следующие распределения: большая доля респондентов отметили вариант ответа «скорее, не удовлетворен» – 40 % и незначительно меньше доля тех, кто отметил «скорее, удовлетворен» – 38 %. Однако, 10 % респондентов отметили, что совершенно не удовлетворены заработной платой и лишь 6 % респондентов выбрали вариант ответа «вполне удовлетворен», остальные 6 % затруднились ответить. Таким образом, доля тех, кто в той или иной степени удовлетворен своей заработной платой ниже доли тех, кого заработок более или менее устраивает. Один из экспертов отмечает, что на рынке труда для людей с инвалидностью отсутствуют экономические стимулы для трудоустройства, и обращает внимание на то, что заработная плата должна быть «достойной»:

«...почему-то людей с инвалидностью считают менее качественными и почему-то считают, что им можно платить меньше, чем другим людям. Это неправильно. Люди с инвалидностью прекрасно это понимают. На конкурентные вакансии с дорогими заработными платами их пока ещё не приглашают...должна быть заработная плата достойная, ну хотя бы от 30 тыс. рублей как минимум» (информант, жен., представитель НКО).

Большинство респондентов, имеющих опыт работы, отметили, что сталкивались с трудностями при трудоустройстве (54 %). Чаще всего они были связаны с отказом в трудоустройстве из-за ограниченных возможностей здоровья (86 %). Также респонденты отметили трудности, связанные с отсутствием квалификации (43 %) и с отсутствием вакансий (42 %). Далее были отмечены такие сложности, как: плохие условия труда (29 %); отсутствие профессиональной подготовки (5 %); не соблюдение льгот, которые полагаются по законодательству (14 %); отдаленность от дома (14 %); отношение окружающих (12 %); отношение работодателей (7 %).

Зачастую отказ в трудоустройстве людей с инвалидностью происходит по причине, не связанной с деловыми качествами, что, по сути является дискриминацией со стороны работодателя. То есть, при трудоустройстве рассматриваются не столько деловые качества и компетенции индивида, сколько его ограничения по здоровью и наличие статуса инвалидности [2]. Респондентами был отмечен барьер о завышенных требованиях со стороны работодателя, что в свою очередь считается дискриминацией по требованиям. В данном случае, необходимо понимание того, что соискатели с инвалидностью компетентны в чем-то более узком, в силу своих ограниченных возможностей здоровья, однако это не говорит о том, что они нетрудоспособны. Зачастую их трудоустраивают на низкооплачиваемые или низкоквалифицированные рабочие места, что также отмечалось экспертами.

Помимо этого, в рамках глубинных интервью, эксперты указали на наличие коммуникационных барьеров. То есть, могут возникнуть трудности при взаимодействии/коммуникации работодателей и коллектива с людьми со статусом инвалидности, поскольку раньше им этого не приходилось делать, и в целом, они не знают, как «правильно»

контактировать с ними. Этот барьер может быть проблематичным при трудоустройстве. Один из экспертов подчеркивает:

«...работодатель не знает, как вести себя при общении с человеком с инвалидностью. Он боится с ним контактировать, потому что боится что-то неправильно сделать или сказать...Если у руководителя, например, есть ребёнок с инвалидностью или среди близких/знакомых кто-то, то у них никогда не возникнет таких вопросов. А человек, который никогда не сталкивался, например, видел только на улице и т. д., не знает, как вести себя рядом с человеком с инвалидностью... это просто отсутствие некоторого навыка» (информант, жен., представитель ЦЗН).

Также, экспертами в качестве барьеров были отмечены стереотипы, как со стороны общества (работодателей, коллектива), так и со стороны самих людей с инвалидностью. Информанты отметили следующее:

«Слишком много стереотипов в отношении как работодателей, так и соискателей. И вот мы стараемся убирать эти барьеры. Ко мне даже иногда подходят работодатели и спрашивают: а это реально люди с инвалидностью? У них, еще раз говорю, работает стереотип, что люди с инвалидностью «ну это вообще» ... Абсолютно ограниченные, в том числе ментально, умственно и так далее. То есть, у них такое представление о людях с инвалидностью» (информант, жен., представитель НКО).

«Они думают, что вот человек с инвалидностью – больной человек. То есть, они связывают инвалидность и болезнь. Вот больного человека, который, например, сломал ногу, невозможно ведь отправить и заставить работать. То есть, проблема в том, что человека с инвалидностью воспринимают как больного человека» (информант, муж., представитель НКО).

В рамках экспертных интервью, помимо внешних барьеров, удалось выявить барьеры, связанные с личностными, внутренними факторами. Информанты отметили, что люди с инвалидностью боятся подвести работодателей, коллектив и для них это стресс эмоционального характера, что в свою очередь также затрудняет трудоустройство:

«...люди с инвалидностью боятся, что будет много работы и они не справятся. Вот для них, вот этот «провал» на работе, не справиться с заданием, которое дали – очень травматичен. Страх, быть хуже, чем остальные. Они же очень целеустремленные, конечно есть страх быть хуже, чем остальные, не быть наравне или даже лучше, чем остальные. Чаще всего люди с инвалидностью не впадают в состояние, когда они думают куда пойти, а устраивает ли работа, а может на другое пойти, потому что для их это уже шанс, как бы трудоустроиться, и они его полностью используют и работают в полную силу» (информант, жен., представитель ЦЗН).

«Инвалид боится, во-первых, подвести работодателя, раз он инвалид значит какие-то у работодателя будут сложности и боится сам получить какие-то для себя негативные моменты...уволят, например. Для него это стресс большой... вдруг он не справится, боится, что вдруг не получится» (информант, муж., работодатель).

Кроме этого, одним из информантов был отмечен контроль со стороны семьи, что в том числе может препятствовать трудоустройству людей с инвалидностью, поскольку присутствует некий контроль и страх со стороны близких/родственников:

«Некоторые родители, вот бывают же консерваторы, говорят: да зачем ему работать, ему и так хорошо, пусть сидит дома и наслаждается жизнью. То есть, вот такое вот отношение. Члены семьи могут не понимать и не принимать, что, например, их ребёнок с инвалидностью может/хочет работать» (информант, жен., соц. работник)

Причём, многие эксперты отмечают, что люди с инвалидностью заинтересованы в трудоустройстве. По их мнению, они очень целеустремленные, разносторонние и многие из них имеют богатый опыт для трудоустройства:

«Люди с инвалидностью они стараются сами работать, стараются развиваться, а не ждать милости от общества. Они абсолютно инклюзивно подошли к своему положению (то, что у них инвалидность)... Мы садимся, и я начинаю общаться с ними, разговари-

вать, вытаскивать все скилы, а у них и оказывается и юридическое образование, а оказывается он работал там и у него прекрасные компетенции в этом направлении» (информант, жен., представитель НКО).

«Я общалась с многими ребятами со статусом инвалидности и у них такой богатый опыт, они где только не работали, они в каких только фирмах не были» (информант, жен., представитель ЦЗН).

«У них мотивация, заинтересованность, богаты опытом, они участвуют в конкурсах... то есть, они даже нас (людей без статуса инвалидности), могут научить новому. У них резюме то на несколько страниц, “я умею то, я умею другое”» (информант, муж., работодатель).

Анализируя результаты опроса людей и инвалидностью, необходимо также отметить, что большинство респондентов полагают, что люди с ограниченными возможностями здоровья способны построить карьеру в нашей стране. В то же время, большинство из них считает, что возможности для трудоустройства ограничены: так 37 % выбрали вариант ответа «скорее плохие, чем хорошие», 26 % выбрали ответ «плохие», лишь 7 % отметили «хорошие» и 26 % «скорее хорошие, чем плохие. При этом, на вопрос «Считаете ли Вы, что проблема трудоустройства людей с инвалидностью в обществе стала решаться?» лишь 16 % респондентов ответили утвердительно, 28 % выбрали вариант ответа «скорее да, чем нет», 21 % – «скорее нет, чем да» и 16 % выбрали вариант ответа «нет», остальные 19 % – затруднились ответить. Так, ответы респондентов распределились практически в равном соотношении среди тех, кто точно считает, что проблема трудоустройства стала решаться в обществе и тех, кто так не считает.

Подводя итог, хочется отметить, что проведенный анализ показал, что спектр барьеров, затрудняющий трудоустройство людей с инвалидностью, довольно широк. Среди них: наличие ограничений по инвалидности (в том числе и состоянию здоровья), что в свою очередь связано с медицинскими факторами; средовые барьеры (доступная среда); низкий профессионально-квалифицированный статус, отсутствие профессиональной подготовки, переподготовки, что связано с образовательными факторами; отсутствие вакансий; отсутствие экономических стимулов для трудоустройства (низкие заработные платы для людей с инвалидностью); коммуникационные барьеры с работодателями, коллегами; контроль со стороны семьи, страх не выполнить задачи и подвести коллег, что связано с личными, субъективными факторами; дискриминация со стороны работодателей; непринятие со стороны общества, непринятие, стереотипы (как со стороны работодателей, коллектива, так и со стороны соискателей с инвалидностью), что обусловлено социальными факторами. Таким образом, присутствуют барьеры как со стороны общества (объективные), так и со стороны людей с инвалидностью (внутренние, личностные факторы; их страхи), причем наиболее часто отмечались внешние барьеры – то есть со стороны социума.

Несмотря на все препятствующие сложности, как показал анализ данных, большинство людей с инвалидностью заинтересованы в трудоустройстве. В большей степени, трудовая деятельность им необходима, чтобы самостоятельно себя обеспечивать, а не зависеть в финансовом плане от окружающих. То есть, важно понимать, что люди с инвалидностью не только социально-уязвимая категория населения, нуждающаяся в социальной защите, но и активные участники социума, которые могут быть экономически выгодными сотрудниками и вносить вклад в развитие экономической сферы в том числе. В связи с чем, определяется необходимость устранения барьеров, для полноценного участия людей с инвалидностью в трудовой сфере.

Литература

1. Саломатин Ю.В., Москвина М.В. Система управления по содействию занятости инвалидов в России / Ю.В. Саломатин, М.В. Москвина // Бизнес. Общество. Власть. – 2021. – № 3 (41). – С. 135–157.

2. *Ефлова М.Ю., Минзарипов Р.Г.* Концептуализация феномена социального исключения в социологических теориях // Казанский социально-гуманитарный вестник. – 2017. – № 3 (26). – С. 30–34.
3. *Ефлова М.Ю.* Социальное исключение депривированных групп в современном обществе // Вестник экономики, права и социологии. – 2015. – № 1. – С. 190–194.
4. *Лаукарт-Горбачева О.В., Максимова О.А.* Социальные аспекты трудоустройства и социально-трудовой адаптации выпускников вузов с ограниченными возможностями здоровья // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2021. – № 2. – С. 34–48.
5. *Прягина О.* Инвалиды: дискриминация и занятость // Управление персоналом. – 2007. – № 4. – С. 8–12.
6. Официальный сайт Министерства труда, занятости и социальной защиты РТ. – URL: <https://mtsz.tatarstan.ru/prensa/video.htm/video/8623859.htm> (дата обращения: 10.02.2023).

РЕГИОНАЛЬНАЯ ИННОВАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ЭКОСИСТЕМА: КЕЙС ГОРОДА ТОМСКА

Глухов Андрей Петрович

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия
Томский государственный педагогический университет, Томск, Россия*

Аннотация: в статье рассматривается экосистемный подход, который рассматривает систему образования через оптику непрерывного обучения, учитывает социально-экономическую и экологическую ситуацию, а также предполагает инклюзию и интеграцию различных институтов и организаций. Описываются примеры использования данного подхода в России, рассматривается методологический подход к анализу регионального кейса на основе экосистемной парадигмы. Автор статьи описывает формирующуюся образовательную экосистему г. Томска, которая объединяет в себе различные учебные заведения и научные организации, использует инновационные методы обучения и формирует творческое мышление, навыки решения нетривиальных задач и развитие социальных компетенций.

Ключевые слова: образовательная экосистема, экосистемный подход, инновации в образовании, инновационные школы

В последние годы экосистемный подход получил огромную популярность в разных областях жизни, включая сферу образования. Данный подход предполагает рассмотрение образовательной системы не как отдельной институции, а как участника широкой экосистемы, включающей множество других институций и организаций, а также разных уровней государственной поддержки и частных фондов.

Один из главных аспектов экосистемного подхода в образовании заключается в том, что он позволяет создать систему непрерывного образования. Обучение не прерывается с момента поступления в детский сад или школу и продолжается на протяжении всей жизни. В рамках подобной системы знания и навыки получают не только в учебном заведении, но и в различных внеучебных средах, таких как работа, волонтерство, курсы дополнительного образования.

Важным аспектом экосистемного подхода является понимание, что образование не может рассматриваться в отрыве от социальной, экономической и экологической ситуации в стране. Примером такого подхода является концепция «школ-садов», которая используется в Китае, где дети занимаются садоводством и животноводством, а также обучаются продаже своих продуктов. Это позволяет детям развивать не только навыки предпринимательства, но и понимание экологических проблем.

Россия не стала исключением из экосистемного тренда - по всей стране наблюдаются примеры использования экосистемного подхода в образовании.

В столице на этой основе построен целый комплекс образовательных учреждений. Так, в 2015 году внедрена программа «Школьные экосистемы». В рамках нее формируются группы «Классы будущего». Учащиеся в них получают возможность участвовать в образовательных проектах, нацеленных на развитие мягких навыков, личностных качеств, увлечений. Они также работают над проблемами, связанными с экологической безопасностью, социальными проблемами и инклюзивным образованием.

В Ростовской области разработана и реализуется программа построения экосистемы развития образования. В рамках этой программы определены 20 ключевых направлений, которые нацелены на развитие образования в области. Одним из главных приоритетов является формирование центра экосистемы образовательных инноваций.

В Нижегородской области разработан и запущен проект в «Комплексное развитие образовательной экосистемы». Его цель – создание гибкой экосистемы образования, которая учитывает потребности всех участников: учеников, педагогов, родителей и работодателей. Одним из ключевых элементов проекта является использование цифровых технологий в образовании.

В представленной статье описывается методологический подход к анализу регионального кейса, основанный на экосистемной парадигме, к исследованию институциональной трансформации образования в России. Исследование имеет целью рассмотреть изменения в ландшафте инновационно-образовательной системы региона в направлении большего разнообразия институтов, пространственной диффузии, взаимодействия и синергии между институтами.

Образовательная экосистема объединяет пространство институциональной коллаборации и пространство мобильности человеческого капитала.

Концепции образовательной экологии Гремона [1] и спиральных моделей Triple Helix [2], Quadruple Helix [3] стали отправной точкой для развития экосистемного подхода в образовательном пространстве. Эти концепции выявили важность участия государства, бизнеса, социума, активистов и проблем окружающей среды в формировании образовательной сферы. Кроме того, в рамках экосистемных исследований образовательного пространства рассматривается пространство мобильности человеческого капитала [4] социальные переменные образовательной модели [5], а также социальная инфраструктура создания, передачи и коммерциализации знаний [6].

С начала 2010-х годов в научном сообществе наблюдается значительное повышение интереса к экосистемному подходу в образовании, что проявляется, в том числе, в увеличении количества научных публикаций, посвященных характеристикам экосистем образовательного пространства. В настоящее время главными темами экосистемного исследования являются гибкие форматы коммуникации между образовательными организациями и учащимися, новые методы организации образовательных процессов [7], поддержка устойчивости образования [8] и достижение социальной справедливости в системе образования [9]. Кроме того, внимание исследователей привлекают темы добровольной инклюзии социальных сообществ и бизнес-структур в образовательные экосистемы [10], платформенные эффекты в образовании [11] и децентрализованные формы организации и управления образовательным пространством [12].

В научной литературе происходит живая дискуссия на тему оптимальных конфигураций образовательной экосистемы, которая вынуждена балансировать между эффективностью и спросом с одной стороны и доступностью и инклюзивностью – с другой стороны [13]. Общее направление исследований образовательной экосистемы свидетельствует об удалении от традиционных институтов образования и расширении пространства образовательных практик как на институциональном, так и на географическом уровне (на городском, региональном и глобальном уровнях) [14].

В настоящее время происходит децентрализация и деформализация образования, при этом оно перестает быть инициативой только учебных заведений, а становится задачей компаний, сообществ, организаций и личностей. Одновременно с этим, образовательные практики распространяются на всю институциональную структуру городов и других локаций. Новые актеры действуют как внутри, так и вне образовательной сферы, что способствует появлению новых трансформаций. Действия новых актеров выходят за пределы учебных заведений, и все больше становятся частью социального сообщества, способствуя социальной и персональной трансформации в сообществе [15].

Кейс формирующейся образовательной экосистемы г. Томска интересен основных ключевых элементов экосистемного видения образовательной трансформации. В последние годы город Томск стал центром развития инновационных технологий, в том числе в области образования. Школы города начали внедрять новые образовательные практики, способствующие формированию творческого мышления, навыков решения нетривиальных задач, а также развитию социальных компетенций.

Город Томск – крупный центр образования в Сибири, в котором формируется целая экосистема образования, объединяющая в себе различные учебные заведения и научные организации. Институционально она состоит из вузов, колледжей, образовательных центров, гимназий и школ, каждый элемент которой предоставляет свою уникальную систему обучения с программами подготовки, нацеленную на достижение различных образовательных целей.

Он не только привлекает крупные высокотехнологичные компании, но и создает благоприятные условия для развития образования и науки. В городе существует множество школ, которые используют инновационные методы обучения и формируют учебный процесс в соответствии с актуальными тенденциями.

В целом, экосистема образования города Томска представляет собой многоуровневую и многофункциональную систему, нацеленную на качественную подготовку специалистов в различных сферах деятельности. Она объединяет в себе как классические учебные заведения, так и инновационные проекты, открытые для экспериментов и творческих подходов в обучении.

Исторически первый известный университет города – Томский государственный университет – чрезвычайно активно работает над развитием сетевых образовательных программ, позволяя студентам получать образование из любой точки мира. Другие вузы города ориентированы на практические знания и умения, например, Томский политехнический университет имеет свои собственные инновационные лаборатории и центры, которые позволяют выпускникам сразу начинать работу в наукоемких проектах. Томский государственный педагогический университет через Институт развития педагогического образования и Научно-методический центр поддержки педагогических работников изучают и активно внедряют инновационные подходы в систему общего образования.

Примером образовательных мезоэкосистем города Томска, где держателем сети партнеров выступает университет, может служить кластер высоких технологий и интеллектуальных сервисов «МИСиС-Томск», в котором сосредоточены лучшие международные и российские научно-исследовательские центры, представители бизнеса и правительственных организаций. Этот кластер развивает проекты в области материаловедения, металлургии, информационных и общественных технологий, биотехнологии и других областях науки и технологий.

Еще одним примером такой образовательной мезоэкосистемы города Томска является кластер атомной энергетики, где сосредоточены лучшие научно-исследовательские центры, вузы и предприятия, занимающиеся разработкой и производством оборудования для атомной энергетики. Кластер активно развивается благодаря активной поддержке городской администрации, которая вкладывает средства в строительство новых научно-исследовательских центров, оснащение научных лабораторий современным оборудованием, проведение конференций и семинаров.

Также в городе функционирует ряд центров образовательной трансформации, представляющих собой новый формат обучения, ориентированный на развитие цифровой грамотности и цифровых технологий.

Одним из ярких элементов экосистемы Томска является ЦМИТ «Школа цифровых технологий», выступающая как площадка для детского инженерного творчества и предлагающая современные научно-технические кружки для детей.

Одной из инновационных технологий, которая широко используется в городе Томске, являются нейронные сети. В частности, чат GPT – система искусственного интеллекта, основанная на нейросетях, используется в городе Томске для оптимизации процесса общения преподавателей и студентов.

В школах города Томска нередко встречаются примеры использования метода Монтессори. Одним из ярких примеров внедрения инновационных парадигм является частная школа «Алые Паруса». Здесь дети учатся на уникальных Монтессори-материалах, которые позволяют развивать интеллект, воображение и координацию движений. Каждый ребенок работает индивидуально со своим набором материалов и учится в своем темпе, что помогает усвоить знания эффективнее.

Школа «Эврика Развитие» является одним из примеров инновационных образовательных учреждений, которые активно внедряют новые подходы в процесс обучения. Здесь детей учат с помощью геймификации, то есть включения элементов игры в учебный процесс. Примеры инновационных практик в школе «Эврика-Развитие» включают использование онлайн-платформ для обучения, в том числе на основе адаптивных технологий. Также в школе проводятся ролевые игры и живые уроки, во время которых ученики могут на практике применить полученные знания.

Наряду с подходами Монтессори, вальдорфской школой, в «Эврике-развитие» используются такие инновационные методы как:

1. Обучение на основе проектов. Ученики работают в группах над реальными проектами, которые могут быть связаны с наукой, технологиями, социальными проблемами и т. д. Этот подход позволяет стимулировать творческое мышление, развивать навыки коммуникации и коллективной работы.

2. Компьютерное обучение и цифровая грамотность. В школе действует кружок по изучению программирования и использованию компьютерных технологий. Этот подход позволяет ученикам быстро адаптироваться к современным требованиям и освоить новые навыки.

3. Интерактивные уроки. Школа использует интерактивную доску, что позволяет создавать более увлекательную и интерактивную среду обучения. Ученики могут принимать участие в дискуссиях, отвечать на вопросы и решать задания в интересной форме.

4. Разнообразие методик и подходов. Школа использует различные методики обучения, включая игровые формы, мультипликационные курсы, проектную деятельность. Это позволяет ученикам находить индивидуальный подход и повышать мотивацию к обучению.

5. Инклюзивность и активное сотрудничество. Школа участвует в различных проектах, проводит мероприятия для родителей и общественности, создавая открытую среду для участия всех заинтересованных лиц.

Школа «Эврика Развитие» успешно сочетает традиционную систему образования с инновационными подходами. Это позволяет ей добиваться высоких результатов как в плане получения знаний, так и в развитии творческого и личностного потенциала учеников.

Школа Резонанс является одной из самых известных инновационных школ в городе Томске. Основными принципами обучения в школе являются индивидуализация, дифференциация и интеграция. Примером инновационной практики в школе Резонанс является использование проектной деятельности. Ученики выбирают тему проекта и сами его разрабатывают. В ходе реализации проекта они занимаются исследованиями, проводят эксперименты, собирают данные, а также пишут отчеты и презентации.

Ещё одним примером инновационности в образовании Томска является создание проекта «Умная школа». В школах, принимающих участие в проекте, внедряется энергосбере-

гающее и энергоэффективное оборудование, единая система безопасности, интерактивные доски и другие современные средства обучения; учителя и ученики оснащены носимыми устройствами, которые помогают оптимизировать процесс обучения и отслеживать успеваемость учеников.

Одной из школ, активно внедряющих цифровые технологии в образовательный процесс, является школа «Резонанс». Она работает по программе развивающего обучения и использует достижения науки и технологий для формирования уникального учебного процесса. В данной школе есть своя лаборатория робототехники, где обучающиеся изучают процессы программирования и управления роботами. Кроме того, в школе реализуются технологии виртуальной реальности, которые позволяют создать учебный процесс более интерактивным и эффективным.

Но инновации в системе общего образования в Томске не ограничиваются только внедрением новых технологий. В школе № 27 реализуется проект «Единая школьная культура», цель которого – создание единого образовательного пространства для учеников с разным уровнем подготовки и интересов. В рамках проекта были созданы разные клубы и объединения, которые помогают детям проявить себя и реализовывать свой творческий потенциал.

Таким образом, образовательная экосистема города Томска представляет собой сочетание научных, технологических и инновационно-педагогических ресурсов, которые сосредоточены в одном месте и создают благоприятное окружение для развития науки, образования и общества в целом.

Можно сделать выводы о том, что применение экосистемного подхода в образовании позволяет создать более эффективные условия для развития учащихся, педагогов, общества и экосистемы в целом. Создание и развитие образовательных экосистем может стать ключевым фактором в формировании условий для процветания людей, и сообществ. Разнообразие образовательных возможностей и систем непрерывного образования позволит людям получать знания и навыки, необходимые для успешной и продуктивной жизни, а также оказывать влияние на развитие своих сообществ и помогать решать сложные социальные и экономические проблемы. Кейс образовательной экосистемы города Томска демонстрирует эффективность интегрирующего экосистемного подхода.

Благодарность. Публикация подготовлена в рамках поддержанного РНФ научного проекта № 22-18-00687 «Исследование трансформации институционального дизайна российской образовательно-инновационной системы в условиях постпандемической реальности: экосистемный анализ и картографирование ландшафта».

Литература

1. *Gremin L.A.* Public Education. – New-York: Basic Books, 1976. – 163 p.
2. *Etzkowitz H., Leydesdorff L.* Universities and the global knowledge economy: a triple helix of University-industry-government relations. – London: Cassell, 1997. – 13 p.
3. *Carayannis E.G., Campbell D.F.J.* "Mode 3" and "Quadruple Helix": toward a 21st century fractal innovation ecosystem // *Technology Management*. – 2009. – Volume 46. – Issue 3. – P. 201–234.
4. *Dolfsma W., Luc S.* Understanding the Dynamics of the Knowledge Economy. – Cheltenham: Edward Elgar, 2006. – 83 p.
5. *González de la Fe T.* El modelo de la triple hélice de relaciones universidad, industria y gobierno: un análisis crítico // *ARBOR*. – 2009. – Volume 198. – Issue 738. – P. 739–755.
6. *Colapinto C., Porlezza C.* Innovation in creative industries: from the quadruplehelix model to the systems theory // *Journal of the Knowledge Economy*. – 2012. – Volume 3 (4). – P. 343–353.
7. *Souza R.M.A., Chimenti P., Nogueira A.R.R.* An exploration of eLearning adoption in the educational ecosystem // *Education and Information Technologies*. – 2021. – Volume 26. – P. 585–615.

8. *Aguilar-Forero N.J., Cifuentes G.A.* Rastreando ensamblajes y controversias en un ecosistema de innovación educativa Tracing assemblages and controversies in an ecosystem for educational innovation // *Sociedade e Estado*. – 2020. – Volume 35. – Issue 3. – P. 935–956.
9. *Niemi H.* Education reforms for equity and quality: an analysis from an educational ecosystem perspective with reference to Finnish educational transformations // *CEPS Journal*. – 2021. – Volume 11. – Issue 2. – P. 13–35.
10. *Belitski M., Heron K.* Expanding entrepreneurship education ecosystems // *Journal of Management Development*. – 2017. – Volume 36. – Issue 2. – P. 163–177.
11. *Kerres M., Heinen R.* Open informational ecosystems: the missing link for sharing educational resources // *International review of research in open and distributed learning*. – 2015. – Volume 16. – Issue 1. – P. 24–39.
12. *Stensaker B., Maassen P.* A conceptualisation of available trust-building mechanisms for international quality assurance of higher education // *Journal of Higher Education Policy and Management*. – 2015. – Volume 37. – Issue 1. – P. 30–40.
13. *Wu C.* Education and social trust in global perspective // *Sociological Perspectives*. – 2021. – Volume 64. – Issue 6. – P. 1166–1186.
14. *Асонова Е.А., Буланов М.В., Россинская А.Н.* Образовательная урбанистика: опыт описания ключевых понятий // *Научно-педагогическое обозрение*. – 2021. – № 6. – С. 236–245.
15. *Madsen L.D.* The ecosystem of research, education, and community // *Metallurgical and materials transactions*. – 2020. – Volume 51. – P. 4329–4340.

ЦИФРОВАЯ АСКЕТИКА КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКОВ СЕБЯ, ИЛИ SELF-SKILLS

**Гулеватая Анастасия Николаевна,
Миляева Екатерина Галимулловна**

Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия

Аннотация. В статье авторы представляют проект методики формирования навыков себя, или self-skills, основанную на принципах цифровой аскетики и включающей в себя ведение рукописного дневника и философской рефлексии повседневной деятельности в офлайн и онлайн мире при помощи способов философской практики и заботы о себе. Формирование экзистенциальных навыков у учащихся является условием формирования мировоззрения, позволяющего человеку не только эффективно осуществлять свою деятельность, строить и реализовывать индивидуальные траектории развития в условиях вызовов цифровой эпохи, но и сохранять подлинно человеческое при взаимодействии человека и цифрового мира.

Ключевые слова: цифровая эпоха, цифровая аскетика, экзистенциальные навыки, self-skills, навыки будущего.

За последние 30 лет серьезно изменился рынок труда из-за увеличения количества данных и влияния Big-data на производственные, экономические, политические и культурные процессы. Обработка и анализ такого большого объема данных требует новых инструментов и навыков, что приводит к возрастанию значимости цифровой грамотности. В современном мире становится важным умение эффективно использовать цифровые технологии и инструменты для успешного функционирования в условиях цифровизации.

В Российской Федерации необходимо подготовить достойный ответ на вызовы цифровой эпохи, для этого проводится огромная работа по разработке и стандартизации компетенций граждан, необходимых для успешного развития цифровой экономики страны. В рамках реализации Указов Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года и от 21.07.2020 года была сформирована национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации», которая была утверждена президиумом Совета при Президенте Российской Федерации

по стратегическому развитию и национальным проектам. В приложении к приказу Минэкономразвития от 24.01.2020 года № 41 раскрыты ключевые компетенции цифровой экономики, такие как: коммуникация и сотрудничество в цифровой среде, саморазвитие в условиях неопределенности, креативное мышление, управление информацией и данными, критическое мышление в цифровой среде [7].

В условиях цифровизации общества на современного человека возлагается задача владения компьютерной грамотностью и умения эффективно использовать технику и технологии в своей профессиональной деятельности. Однако использование онлайн-технологий может негативно сказаться на реальной жизни, заменяя настоящее общение и приводя к серьезным проблемам, которые могут препятствовать человеку в реализации своего личностного потенциала. Формирование необходимых компетенций возложено на образовательную сферу, но решение проблемы требует более широкого подхода и осознания важности баланса между онлайн и офлайн-жизнью.

Эксперты Global Education Futures и WorldSkills Russia представили новую модель навыков, которая включает помимо уже знакомых *hard skills* и *soft skills* экзистенциальные навыки, которые могут быть универсально применены в разных сферах жизни [4]. Эти навыки связаны со способностью ставить и достигать целей, с самосознанием, метапознанием и способностью к саморазвитию. Отечественный ученый Т.М. Ковалева также разрабатывает понятие *self-skills*, которое тесно связано с духовной стороной человека и искусством бытия [2]. В XXI веке концепция *self-skills* фокусируется на философской антропологии и умении быть человеком в цифровую эпоху. Разговор об экзистенциальных навыках и *self-skills* становится иллюстрацией онтологического и антропологического поворота в образовании, который становится важным и актуальным в эпоху вытеснения человека «человеческим ресурсом».

Идея успешности в современном образовании, основанная на наличии определенных навыков, является парадоксальной с философско-антропологической точки зрения. Согласно этому подходу, сущность каждого человека не может быть заранее определена, и навыки, которые он получает в процессе образования, не могут гарантировать успеха. Жизнь происходит в реальном мире, и только через опыт, практику, ошибки и успехи человек может определить свое направление и понять, какие знания и навыки ему нужны и для чего. По мысли российского философа М.К. Мамардашвили, человек создается непрерывно, и процесс овладения знаниями требует личных усилий и сложной внутренней деятельности; человек образованный должен «экзистировать» [3]. Он также отмечает, что современная система образования ориентирована на «иметь», а не «быть», что противоречит философско-антропологической точке зрения на образование и становление человека в перспективе всей жизни.

В течении уже нескольких лет научно-педагогический коллектив кафедры философии ИМСГН ЮУрГУ (Челябинск) занимается исследованием гуманистического и образовательного потенциала методов философской практики для развития ОК-1 – то есть способности использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции [6]. Одним из наиболее эффективных методов оказался рукописный философский дневник. В свете вызовов и угроз цифровизации была выдвинута гипотеза о том, что принципы стоицизма, философская рефлексия и использование дневника в рамках философской практики могут помочь человеку найти баланс между онлайн и офлайн жизнью, снизить негативные последствия опосредованной коммуникации и виртуализации, а также предотвратить цифровую зависимость, что в свою очередь станет основой для эффективной и творческой деятельности [1].

Изучение сложных моральных вопросов в контексте философии и применение критического мышления помогают принимать более обоснованные и взвешенные решения. Философская рефлексия является экзистенциальной и направлена на более глубокое понимание самого себя и своего внутреннего мира. Она уделяет внимание не только эмоциям, мыслям и поведению, как это делает психология, но также их корням и причинам. Такой подход по-

могает развить большую осознанность и более глубокое понимание факторов, влияющих на поведение и поступки.

В цифровую эпоху ведение рукописного философского дневника имеет множество преимуществ для человека и развития его «навыков себя». Он может стать своего рода «оазисом», позволяющим отдохнуть от цифровой жизни. В мире, где люди все время окружены электронными устройствами и информацией, рукописный дневник может стать способом отделиться от технологий и насладиться моментом без постоянного давления социальных сетей, сообщений, рекламы и другого «белого» шума. Ведение рукописного дневника также помогает лучше запомнить и организовать свои мысли в процессе рефлексивной работы, результат которой записывается на бумаге. Бумажный ежедневник фиксирует важные события и моменты жизни человека не просто как бесконечный набор фото- и видеоматериалов, который легко получить на смартфоне, но как осмысленность, прочувствованность и целостность жизни. Рукописный дневник, свободный от подсказок текстовых редакторов, смайлов, стикеров и функции интеллектуального набора текста, помогает развивать письменную речь и становится полезным упражнением для улучшения навыков письма и коммуникации. Его пустое пространство листа позволяет пишущему выразить мысли и чувства в более творческой и экспрессивной форме (помарки, рисунки, росчерки, наброски), чем это возможно при использовании электронных устройств. С точки зрения философии, рукописный дневник может способствовать самокультивации человека, помогая сохранить нашу интимность и личность. Рукописный дневник является личным пространством, где человек свободно выражает свои мысли без боязни, что записи будут прочитаны или раскрыты. И это ценно для подлинного и свободного самовыражения и самоидентификации. Философская рефлексия имеет важное значение при ведении дневника, так как позволяет человеку рассмотреть свои мысли и чувства с более глубокой и критической точки зрения.

Научно-педагогический коллектив кафедры философии ИМСГН ЮУрГУ подготовил учебное пособие для практических занятий «Цифровая аскетика» [8]. По форме пособие представляет собой ежедневник, рассчитанный на четыре недели работы. Каждая из недель посвящена актуальным проблемам жизни человека в онлайн и офлайн: цифровой след, кибербуллинг, критическое мышление, забота о себе. Пособие предназначено как для самостоятельной работы учащихся 9-11 классов и младших курсов вуза, так может и служить подспорьем для проведения образовательной и воспитательной работы в рамках профилактики цифровой зависимости и формирования навыков цифровой грамотности.

Цифровой аскетизм – это образ жизни, который характеризуется пониманием новейших средств коммуникации и разумным расходом своего внимания в мире современных технологий и медиа. Методика цифровой аскетики является важным инструментом для достижения гармонии между онлайн и офлайн жизнью человека. Она помогает человеку осознать, как он использует цифровые технологии и как это влияет на его жизнь в целом. Цифровая аскетика включает в себя ряд практик, которые помогают человеку контролировать свое потребление информации и использование цифровых технологий. Например, это может быть установка ограничений на время, проводимое в социальных сетях или использование приложений для отслеживания времени, проведенного за экраном. Также цифровая аскетика может включать в себя отказ от использования некоторых цифровых устройств или сервисов вообще, чтобы снизить зависимость от них и уменьшить воздействие на жизнь в реальном мире.

В пособии предложен ряд упражнений и заданий, нацеленных на выработку навыков критического мышления, цифровой гигиены, саморефлексии и т. д. Два основных способа работы с дневником – это философская практика как рефлексивное осмысление философской цитаты и применения ее в своей повседневной жизни, и фрирайтинг – свободное и творческое размышление на предложенную проблемную тему. Каждая неделя открывается постановкой проблемы, которую предложено осмыслить, и завершается рефлексивным «Письмом к себе», в котором предложено подвести итоги, дать советы, наметить направления движения.

Тема «Цифровой след» актуальна в связи с тем, что количество оставляемой человеком в сети информации растет с каждым днем. Цифровой след означает информацию, которую пользователи оставляют в Интернете при использовании цифровых устройств, таких как компьютеры, телефоны, планшеты, умные часы и т.д. Он включает в себя данные, которые человек оставляет при поиске информации в интернете, отправке электронной почты, использовании социальных сетей, онлайн-игр и других цифровых сервисов. Эта информация может включать в себя личные данные, такие как имя, адрес, номер телефона, фотографии и видео, а также информацию о посещенных веб-сайтах и использованных приложениях. Оставленный цифровой след может использоваться компаниями для рекламных целей, для анализа поведения пользователей и для исследования рынка. Также он может стать объектом киберпреступлений, таких как кража личных данных или мошенничество. Поэтому в ежедневнике приведены задания, нацеленные на навыки защиты личных данных и управления собственным цифровым следом.

<h2>ДЕНЬ 4</h2>	<h2>Цифровая аскетика</h2>
<p>ДАТА:</p> <p>Цитата дня: «Существо техники таит в себе — чего мы меньше всего ожидаем — возможные ростки (паразитического)». М. Хайдеггер «Вопрос о технике»</p>	<p>Напиши, какими техническими устройствами ты пользуешься в повседневной жизни. Отметь, какие для тебя незаменимы, а от каких ты легко откажешься. Обоснуй для себя, почему это так.</p>
<p>Мои мысли:</p>	
<p>Дела:</p>	

Рис. 1. Разворот ежедневника: День 4, Неделя 1, Тема «Цифровой след»

Проблемы, поставленные на тематической неделе «Кибербуллинг», актуальны в связи с тем, что люди все более активно используют цифровые устройства и социальные сети для общения и обмена информацией. Кибербуллинг – это форма хулиганства и насилия, которое происходит через интернет или другие электронные средства связи. Как дети, так и взрослые могут столкнуться с кибербуллингом в различных формах, таких как оскорбления, угрозы, дискредитация, распространение ложной информации, и т.д. Цифровое насилие может осуществляться как от одного человека, так и от группы, и может иметь серьезные негативные последствия для жертвы, такие как психологические проблемы, низкое самооценка, депрессия, суицидальные мысли и действия. Задания этой недели нацелены на осознание того, какие последствия может иметь такое насилие и как им можно предотвратить и противостоять. В ряде упражнений можно научиться распознавать признаки кибербуллинга, узнают, как сообщать о нем и как поддерживать других, которые сталкиваются с этим ви-

дом насилия. Кратко представлены эффективные стратегии по предотвращению кибербуллинга и развитию позитивного отношения к использованию цифровых устройств и социальных сетей.

КИБЕРБУЛЛИНГ

Одно из самых сложных и крайне негативных последствий слияния онлайн и оффлайн жизни — это кибербуллинг. Его жертвами становятся дети, подростки и взрослые. В рамках цифровой аскетики стоит уделить внимание проработке негативных сторон жизни в сети.

Главное — запомни, что кибербуллинг оставляет цифровой след, и поэтому с ним можно бороться правовыми методами!

Основные формы кибербуллинга:

- распространение лжи или посты с компрометирующими фотографиями кого-либо в социальных сетях;
- отправка обидных сообщений или угроз через мессенджеры;
- присвоение чужой личности и отправка сообщений другим от его / ее имени.

Последствия кибербуллинга:

- Мысленно — осознаешь себя расстроенным, смущенным, глупым, даже злым.
- Эмоционально — тебе стыдно или теряешь интерес к любимым вещам.
- Физически — чувствуешь усталость (потеря сна) или такие симптомы, как боли в животе и головные боли.

Самое страшное последствие — это деструктивное или самодеструктивное поведение того, кто стал жертвой.

Остановись и подумай. Становился ли ты объектом кибербуллинга и где? Как разрешилась эта ситуация?

И главное, честно ответь: не становился ли ты сам инициатором кибербуллинга в отношении кого-либо из мести или ради забавы. Что стало этому причиной и к чему это привело в итоге?

НЕТ КИБЕРБУЛЛИНГУ

Сейчас тебе понадобится Интернет как источник полезной и важной информации. Найди и запиши телефоны доверия и психологической помощи в твоём населённом пункте / регионе.

Подумай и запиши, с кем ты можешь серьёзно обсудить проблему травли как оффлайн, так и онлайн, и в какой форме.

Посети сайты, посвящённые противодействию травле и кибербуллингу в России, например, <https://kiberbulling.net/> или <https://травли.нет/>

Рис. 2. Начало недели 2: Тема «Кибербуллинг»

Важность критического мышления как актуального цифрового навыка зафиксирована в государственных приоритетах программ развития Российской Федерации. Задача образования в условиях цифровизации включает в себя развитие способности к критическому мышлению, что позволяет учащимся оценивать информацию, выделять факты от мнений, определять источники информации, распознавать и анализировать различные виды манипуляций и ложной информации. Задания этой недели помогают читателю дневника развивать свой интеллектуальный потенциал, формирует навыки критического мышления, критического анализа и оценки информации. Кроме того, тема заставляет стать более ответственными и осознанными в использовании информации и технологий, а также обеспечивает им возможность стать активными участниками цифрового общества.

Проблема заботы о себе особенно актуальна для современного человека, ведь она включает в себя большее, чем здоровый образ жизни. Забота о себе в условиях цифровизации включает в себя развитие навыков, необходимых для поддержания физического и психического здоровья при постоянном взаимодействии с онлайн-миром. Это включает и простые навыки цифровой гигиены — умение правильно использовать технологии и ограничивать время, проводимое за экраном, чтобы избежать негативных последствий, таких как усталость глаз, бессонница, болезни спины и шеи, а также отвлечение от учебы и социальной жизни. Также актуализирует внимание к своему цифровому следу развивая умение защищать свою конфиденциальность и личные данные в интернете. Но часть упражнений нацелена на заботу о себе в философском смысле слова — вниманию к своему «Я», навыку саморефлексии, внутреннему экзистенциальному диалогу.

КОНЕЦ НЕДЕЛИ ИЛИ НАЕДИНЕ С СОБОЙ

ЗЕРКАЛО
Что я нового узнал о себе за эту неделю?

ПИСЬМО
вопросы, замечания, предложения самому себе

Рис. 3. Завершение каждой из недель ежедневника

Так, ежедневник «Цифровая аскетика» помогает развивать важные навыки, необходимые для сохранения и улучшения здоровья и благополучия в цифровой эпохе. Он помогает стать более ответственными и осознанными в использовании технологий, защитить личность и конфиденциальность, а также эффективно общаться и взаимодействовать в цифровом мире. Практика цифровой аскетики может привести к более здоровому балансу между онлайн и офлайн жизнью. Осознанное использование цифровых технологий позволяет сократить время, проводимое в интернете, и увеличить время, проводимое в реальном мире. Также цифровая аскетика помогает улучшить взаимоотношения с другими людьми, поскольку она помогает быть более вовлеченным в реальный мир и не отвлекаться постоянно на цифровые устройства. В целом, методика цифровой аскетики имеет большое значение для достижения гармонии между онлайн и офлайн жизнью, что может улучшить качество жизни и повысить уровень благополучия.

Дальнейшие тенденции развития цифровой аскетики будут направлены на более эффективное использование технологий для достижения баланса между онлайн и офлайн жизнью, поскольку эта методика обладает значительным педагогическим и гуманистическим потенциалом, способным предоставить важные инструменты для решения проблем и вызовов глобальной цифровизации. В будущем развитие цифровой аскетики будет связано с созданием новых, более продвинутых инструментов и технологий, которые помогут людям контролировать свое использование гаджетов. Это могут быть точные приложения для отслеживания времени, проведенного за экраном, а также интеллектуальные системы, которые будут давать рекомендации по использованию цифровых устройств. Также будут разрабатываться новые методы и техники, которые помогут людям более эффективно управлять своим потреблением информации в цифровой среде. Например, это может быть использование медитации и осознанности для снижения стресса от перегрузки информацией и информационного шума. Еще одной тенденцией развития цифровой аскетики будет увеличение внимания к кибербезопасности и защите личной информации. В условиях растущей цифровой экономики и увеличения количества кибератак на личные данные людей цифровая аскетика может помочь людям обезопасить свои данные и личную информацию, с использованием специальных инструментов и приемов.

В целом, развитие цифровой аскетики как способа развития self-skills будет направлено на создание более интеллектуальных, эффективных и интуитивных инструментов и методов, которые помогут людям более осознанно и эффективно использовать цифровые технологии, чтобы достичь баланса между онлайн и офлайн жизнью.

Благодарность. Работа выполнена при поддержке Российского научного фонда. Конкурс «Проведение фундаментальных научных исследований и поисковых научных исследований отдельными научными группами» (региональный конкурс) 22-18-20011 «Цифровая грамотность: междисциплинарное исследование (региональный аспект)».

Литература

1. *Богданова В.О.* Философский дневник в высшей школе / В.О. Богданова, А.Н. Гулеватая, Е.Г. Миляева, Р.В. Пеннер / Наука ЮУрГУ: секция социально-гуманитарных наук: материалы 73 научной конференции. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2021. – 528 с.
2. *Ковалева Т.М.* Группа Self skills как компетентностный язык формирования «онтологической заботы о себе» / «Тьюторство в открытом образовательном пространстве: языки описания и работы с «самостью» – развитие личности, становление субъектности, формирование self skills»: материалы XIII Международной научно-практической конференции (XXV Всероссийской научно-практической конференции) (Москва, 27–28 октября 2020 г.). – М.: Ресурс, 2020. – 384 с.
3. *Мамардашвили М.* Как я понимаю философию. – М.: Прогресс, 1992. – 416 с.
4. Навыки будущего. – URL: https://futuref.org/futureskills_ru (дата обращения: 20.04.2023).
5. Приказ Минэкономразвития России от 24.01.2020 г. № 41 «Об утверждении методик расчета показателей федерального проекта "Кадры для цифровой экономики" национальной программы "Цифровая экономика Российской Федерации"». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_344498/ (дата обращения: 20.04.2023).
6. *Гредновская Е.В.* Философская практика и высшее образование: в поисках координат построения индивидуальной траектории субъекта образования нового типа: монография / под ред. Е.В. Гредновской. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2018. – 222 с.
7. Цифровая экономика РФ. – URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/> (дата обращения: 20.04.2023).
8. *Гредновская Е.В.* Цифровая аскетика: учебное пособие для практических занятий / Е.В. Гредновская, А.Н. Гулеватая, Е.Г. Миляева, Р.В. Пеннер, Е.Г. Сосновских. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2023. – 123 с.

ЦИФРОВАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ ЗАНЯТОГО НАСЕЛЕНИЯ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ

Гуриева Лира Константиновна

*Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л. Хетагурова,
Владикавказ, Россия*

Джигоев Александр Валерьевич

Владикавказский научный центр РАН, Владикавказ, Россия

Аннотация. Широко внедряемые цифровые технологии быстро меняют формы, методы, предметы и процессы человеческого труда, и это оказывает значительное влияние на развитие трудовых ресурсов. Использование технологий приводит к росту производительности и эффективности труда, но это также приводит к изменению типов навыков, которые пользуются спросом. Экспертами Всемирного экономического форума ожидается, что все отрасли мировой экономики будут иметь значительные пробелы в навыках, при этом средняя нестабильность навыков составляет более сорока процентов, что подчеркивает мас-

штаб проблемы, связанной с подготовкой работников к изменениям в их нынешних и новых рабочих местах в будущем. В статье представлены результаты исследования уровня распространённости базовых технологий цифровой экономики в российских регионах и советуемых им цифровых навыков занятого населения, показан разрыв между потребностями новой экономики и цифровой квалификацией работников организаций, обоснована необходимость разработки инклюзивных стратегий развития рабочей силы регионов Северного Кавказа, включая системные меры по ускоренной цифровизации образовательных программ всех уровней образования и стимулирования создания высокотехнологичных рабочих мест.

Ключевые слова: цифровые платформы, ERP-системы, интернет вещей, геоинформационные системы, технологии искусственного интеллекта, цифровые навыки занятого населения.

Широко внедряемые цифровые технологии быстро меняют формы, методы, предметы и процессы человеческого труда, и это оказывает значительное влияние на развитие трудовых ресурсов. Использование новых технологий приводит к росту производительности и эффективности труда, но это также приводит к изменению типов навыков, которые пользуются спросом. Поэтому одним из ключевых способов достижения целей конкурентоспособности организации является развитие человеческих ресурсов. Предприятиям необходимо инвестировать в новые знания, навыки и умения своих сотрудников, если они хотят оставаться конкурентоспособными в современном цифровом ландшафте. Согласно исследованию Всемирного экономического форума, мир переживает революцию рабочих мест, которая приведет к коренным изменениям в том, как люди работают вместе с машинами и алгоритмами, и в ближайшие годы около половины всех нынешних задач на рабочем месте будут выполнять машины; для сравнения, по оценкам Маккинси – не менее 30 % функций в рамках профессий могут быть автоматизированы на текущем уровне развития технологий [6]. Благодаря автоматизации рабочих мест с помощью технологий искусственного интеллекта мировой ВВП к 2030 г. может вырасти на 9 трлн долл., при этом около 14 % мировой рабочей силы, а это 375 млн работников, будут вынуждены сменить профессию [9].

По оценкам ВЭФ, из-за изменений в разделении труда между людьми и машинами в течение ближайших лет может произойти преобразование 85 млн рабочих мест [8]. Такая трансформация окажет глубокое влияние на глобальную рабочую силу, однако с точки зрения общего количества новых рабочих мест прогноз положительный, так как ожидается, что будет создано вдвое больше новых рабочих мест по сравнению теми, которые будут перемещены. Эти выводы ВЭФ получены в том числе на основе лонгитюдных исследований особенностей цифровой трансформации бизнеса разных стран и регионов. Так, например, в исследовании ВЭФ [7] предпринята попытка оценить потенциал новых технологий для создания новых рабочих мест. Цель исследования состоит в разработке рекомендаций как улучшить качество и производительность текущей работы, выполняемой людьми, и как подготовить людей к будущим вызовам. На основе опроса директоров по персоналу и высших руководителей компаний из 12 отраслей и 20 развитых и развивающихся стран (на которые в совокупности приходится 70 % мирового ВВП) в отчете делается вывод о том, что 54 % сотрудников крупных компаний нуждаются в значительной переподготовке и повышении квалификации, чтобы в полной мере использовать возможности роста, предлагаемые Четвертой промышленной революцией. В то же время чуть более половины опрошенных компаний заявили, что планируют переподготовку только тех сотрудников, которые занимают ключевые должности, и только одна треть планирует переподготовку работников из группы риска.

В то время как почти 50 % всех компаний ожидают, что к 2022 году их персонал сократится в результате автоматизации, почти 40 % рассчитывают увеличить свой штат в целом, а более четверти ожидают, что автоматизация создаст новые роли на их предприятии.

В отчете представлено видение будущей глобальной рабочей силы, которое дает основания как видения возможных перспектив, так и для оценки проблем, требующих своего решения. По сравнению с аналогичным исследованием, проведенным Форумом в 2016 году

для понимания влияния Четвертой промышленной революции на рабочие места, перспективы создания рабочих мест сегодня гораздо более позитивны, поскольку люди в мире после пандемии Covid-19 гораздо лучше понимают возможности, предоставляемые технологиями. В то же время огромные изменения, которые автоматизация принесет глобальной рабочей силе, почти наверняка повлекут за собой значительные сдвиги в качестве, расположении, формате и распределении ролей, которые потребуют пристального внимания со стороны лидеров государственного и частного секторов. Среди набора профессиональных компетенций, которые будут испытывать растущий спрос во всех отраслях, называются аналитики данных, разработчики программного обеспечения и приложений, а также специалисты по электронной коммерции и социальным сетям, все они в значительной степени основаны на цифровых технологиях. Роли, в которых явно используются «человеческие навыки», такие как специалисты по продажам и маркетингу, менеджеры по инновациям и работники службы поддержки клиентов, также будут испытывать растущий спрос на цифровые навыки работников. Должности, которые, как ожидается, станут избыточными, включают рутинные сферы занятости так называемых белых воротничков – это специалисты по вводу данных, бухгалтеры, специалисты по расчету заработной платы и другие.

Экспертами ВЭФ предложены стратегии управления изменениями. Ожидается, что все отрасли будут иметь значительные пробелы в навыках, при этом средняя нестабильность навыков составляет 42 %, что подчеркивает масштаб проблемы, связанной с подготовкой сегодняшних работников к изменениям в их нынешних и новых рабочих местах в будущем. Технологические навыки, такие как технологический дизайн и программирование, и чисто человеческие навыки, такие как творчество, критическое мышление и убеждение, входят в число компетенций, значение которых будет резко возрастать.

«Компаниям необходимо дополнить свои планы автоматизации комплексными стратегиями расширения. Чтобы предприятия оставались динамичными, дифференцированными и конкурентоспособными в эпоху машин, они фактически должны инвестировать в свой человеческий капитал. Для этого есть как моральный, так и экономический императив. Без проактивных подходов предприятия и работники могут потерять экономический потенциал Четвертой промышленной революции», – считает глава Центра новой экономики и общества Всемирного экономического форума.

Анализ доклада ВЭФ позволяет сделать следующий вывод: чтобы оставаться конкурентоспособными в глобальном контексте и использовать новые возможности для создания рабочих мест, потребуется высококвалифицированная местная рабочая сила, поддерживаемая национальными экосистемами обучения на протяжении всей жизни. И он совпадает с выводами, сделанными в докладе Всемирного Банка о ключевой роли цифровой трансформации для Российской Федерации [4].

Рассмотрим некоторые показатели развития цифровой экономики в Российской Федерации, опираясь на исследование НИУ ВШЭ [5]. Рис. 1 дает представление о степени внедрения в России и ее 7-ми макрорегионах ключевых технологий цифровой экономики в их современном понимании, а именно распространенности цифровых платформ, ERP-систем, интернета вещей, геоинформационных систем и технологий искусственного интеллекта.

Как видно из рис. 1, удельный вес организаций, использующих ключевые цифровые технологии в среднем по России следующий: цифровые платформы используют 14,7 % организаций (лидируют организации Уральского федерального округа (УФО) – 16,3 %, а замыкают организации Южного федерального округа (ЮФО) – 14 %); ERP-системы используются в среднем в 13,8 % российских организаций (лидируют организации Центрального федерального округа (ЦФО) – 15,5 %, а замыкают организации ЮФО – 11,6 %); интернет вещей используется в среднем в 13,7 % организаций (лидируют организации Северо-Кавказского федерального округа (СКФО) – 17,2 %, а замыкают организации Сибирского федерального округа (СФО) – 12,1 %); геоинформационные системы используются в среднем по стране 12,6 % организациями (более всего в УФО – 14,7 %, а менее всего

в ЦФО – 11,2 %). Самый низкий уровень применения в России имеют технологии искусственного интеллекта – их используют всего 5,7 % российских организаций, причем более всего они распространены в ЦФО – 6,6 %, а менее всего в СФО – 4,7 %.

Сравнительный анализ показывает, что в целом организации УФО лидируют по распространенности цифровых технологий, а организации ЮФО в целом отстают. Абсолютными лидерами при этом стали организации СКФО по уровню внедрения интернета вещей – 17,2 % и организации УФО по уровню внедрения цифровых платформ – 16,3 %.

Лидерство организаций регионов СКФО по распространенности интернета вещей, как ключевой цифровой технологии, безусловно, является достаточно неожиданным, так как экономика абсолютного большинства регионов СКФО в течение последних трех десятилетий была серьезно недофинансирована, показывала самые низкие показатели развития и много лет являлась высокодотационной. Так как цифровые технологии априори предполагают наличие квалифицированной в области ИТК рабочей силы, а технологии интернета вещей требуют наличия высококвалифицированных цифровых навыков работников нами проведен анализ цифровых навыков занятого населения. Это критически важно для поддержания достигнутого уровня в одной технологии (интернет вещей) и достижения высших показателей в других технологиях цифровой экономики.

На рис. 2 представлена сравнительная структура цифровых навыков занятого населения регионов Северо-Кавказского округа и пяти наиболее продвинутых по данному показателю регионов России. Отметим, что эти навыки в исследовании НИУ ВШЭ иерархически градируются, как в международных сравнениях ООН, ВЭФ, МБ и др. организаций, на четыре уровня: выше базового уровня, базовый уровень, низкий уровень и нулевой уровень, когда цифровые навыки отсутствуют. К ним в источнике [5] добавлен еще один – не использовали интернет в течение трех последних месяцев. Как видно из рис.2, в среднем по России эти навыки, по данным 2021 г., структурно оцениваются экспертами ВШЭ в соотношении: 13 %, 25 %, 44 %, 1 % и 17 %. В наибольшей степени к общероссийской структуре приближается лишь один регион СКФО – Ставропольский край, остальные регионы существенно отстают по степени владения цифровыми навыками на уровне базовых и выше базовых компетенций. Исключение составляет лишь Республика Ингушетия, где, согласно исследованию ВШЭ, больше 51 % занятого населения владеет базовыми и выше базовых уровнями цифровых компетенций (37 % и 14 % соответственно). Для сравнения опишем навыки занятых в соседних регионах: в Карачаево-Черкессии этот уровень этот уровень более, чем 2 раза ниже (17 % занятых владеют базовым уровнем цифровых компетенций и всего 3 % владеют ими на уровне выше базового уровня), в Чечне уровень цифровых компетенций вдвое ниже, чем в Ингушетии (23 % базовый уровень и 2 % – выше базового уровня), в Кабардино-Балкарии 30 % (25 % базовый уровень и 5 % – выше базового уровня), в Северной Осетии – 29 % (20 % базовый уровень и 9 % – выше базового уровня), в Дагестане только 17 % работников владеют базовым уровнем цифровых компетенций и 5 % – выше базового уровня.

На рис. 2 мы представили структуру цифровых навыков занятого населения пяти наиболее продвинутых по данному показателю регионов России – Мурманской области, где владение цифровыми навыками базового и выше базового уровня составляет 34 % и 28 % соответственно, Москве (32 % и 27 % соответственно), Санкт-Петербурге (33 % и 19 % соответственно), Ямало-Ненецком автономном округе (37 % и 20 % соответственно) и Республике Алтай с показателями 19 % владения базовыми и 18 % выше базового уровня.

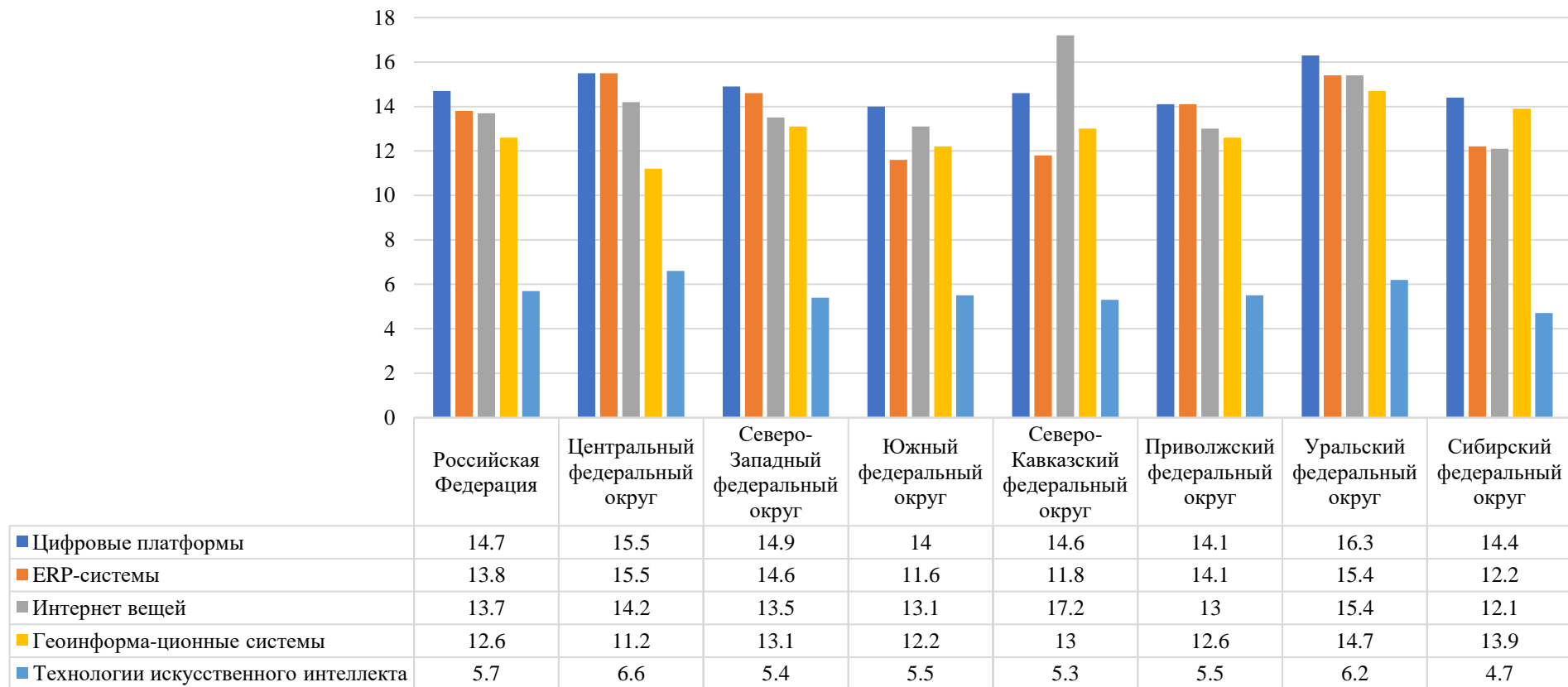


Рис. 1. Удельный вес организаций, использующих пять ключевых цифровых технологий в макрорегионах России, в общем числе организаций, %

Источник: составлено по [5, с. 298–301].

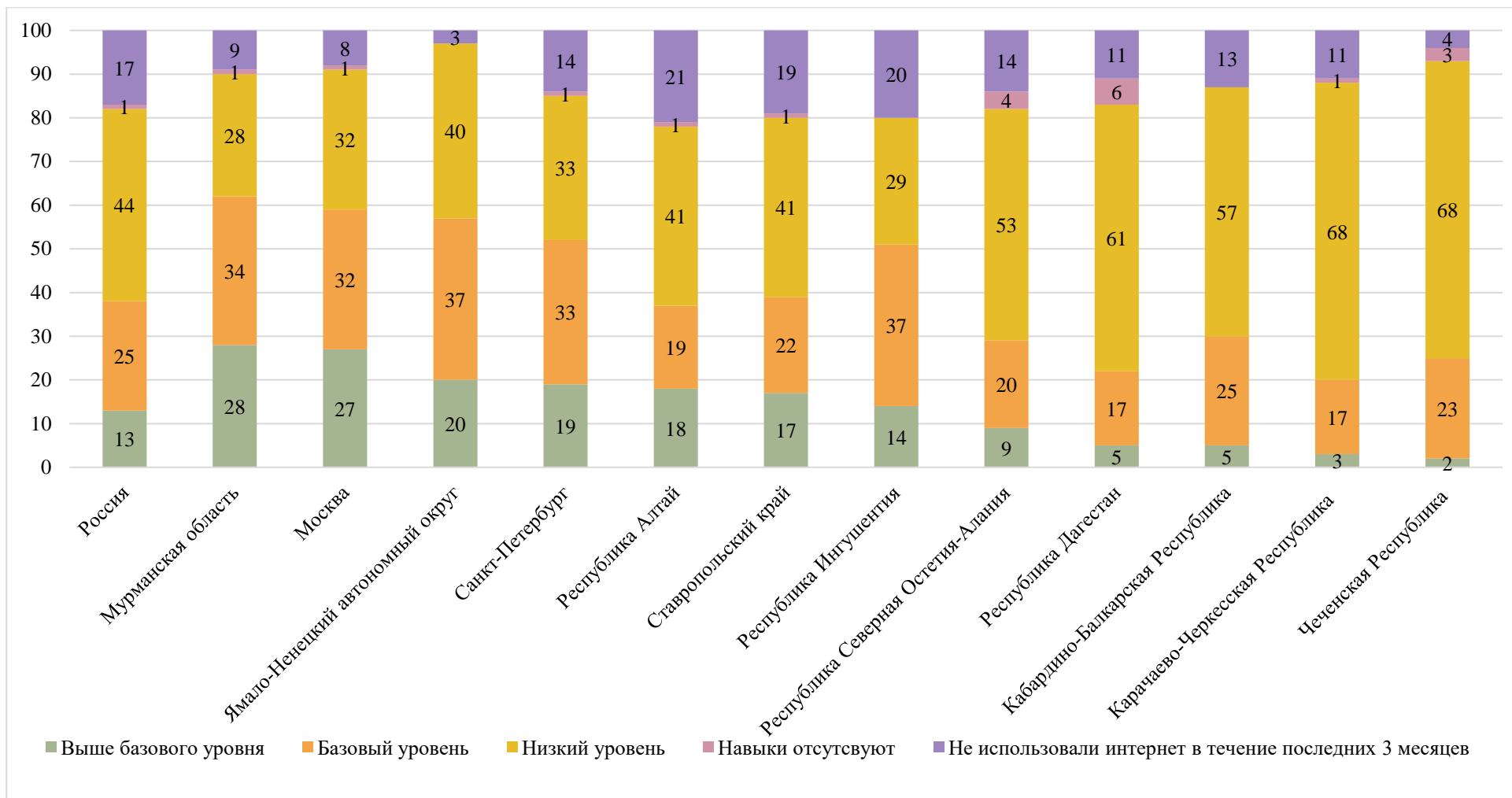


Рис. 2. Структура цифровых навыков занятого населения регионов Северо-Кавказского округа и пяти наиболее продвинутых по данному показателю регионов России, в %

Источник: составлено по [5, с. 298–301].

Как видим, уровень владения цифровыми навыками в регионах СКФО существенно ниже аналогичного в регионах-лидерах (хотя, безусловно, для использования преобразующего потенциала цифровой экономики потребуются скоординированные усилия заинтересованных сторон во всех регионах России). Поддержанию достигнутых организациями СКФО позиций, в силу противоречия между самым высоким в России уровнем внедрения технологий интернета вещей и цифровыми компетенциями занятого населения, а также в силу существенного расхождения уровня цифровой компетентности в разных регионах округа, требуется разработка инклюзивных стратегий развития рабочей силы, готовой к решению задач грядущей эры глобальных перемен и цифровых инноваций. Бизнес-элиты, правительства и руководители системы образования в каждом регионе должны на принципах государственно-частного партнёрства и тесного взаимодействия активно формировать и реализовывать уникальные региональные проекты цифрового развития региональных рынков труда. Организациям при поддержке государства будет выгодно поддерживать программы повышения цифровых навыков их нынешней рабочей силы для выполнения более высокотехнологичных работ, поскольку конкуренция за квалифицированные кадры в России усиливается, о чем свидетельствуют экспертные оценки, статистика российского рынка труда и в том числе наши недавние исследования [1,2,3].

В заключение отметим, что ключевыми факторами цифровизации экономики, способствующей кратному повышению производительности и эффективности операций за счет сокращения рутинного, монотонного и запрограммированного труда, являются создание необходимой информационно-телекоммуникационной инфраструктуры, программного обеспечения, а также наличие высококвалифицированных кадров, способных разрабатывать и внедрять цифровые технологии. В ближайшем будущем именно эффективное использование новых цифровых технологий будет определять конкурентоспособность как отдельных компаний, так и целых регионов России. Для поддержания темпов цифровой модернизации экономики региональным правительствам субъектов СКФО необходимо в срочном порядке начать реализацию мер по устранению разрыва между текущим и перспективным спросом на цифровые навыки и предложением рынка труда путем ускоренной цифровизации образовательных программ всех уровней образования, а также стимулирования создания высокотехнологичных рабочих мест.

Благодарность. Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-28-20534, <https://rscf.ru/project/22-28-20534/>.

Литература

1. *Гуриева Л.К.* Позитивная динамика российского рынка труда как негативное следствие демографических процессов // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2022. – № 5 (126). – С. 83–86.
2. *Гуриева Л.К., Джисоев А.В.* Влияние конъюнктуры рынка труда на возможности цифровой трансформации экономических систем России / Цифровая трансформация экономических систем: проблемы и перспективы (ЭКОПРОМ-2022): сборник трудов VI Всероссийской научно-практической конференции с зарубежным участием. – Санкт-Петербург, 2022. – С. 188–192.
3. *Джисоев А.В.* О феномене роста занятости населения регионов северного Кавказа // Теория и практика общественного развития. – 2022. – № 12 (178). – С. 127–132.
4. Официальный сайт Всемирного банка. – URL: Официальный сайт: www.worldbank.org (дата обращения: 12.03.2023).
5. *Вишневский К.О. и др.* Цифровые технологии в российской экономике – М.: НИУ ВШЭ, 2021. – 329 с.
6. A future that works: automation, employment and productivity. McKinsey, 2017. – URL: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Featured%20Insights/Digital%20Disruption/> (дата обращения: 12.03.2023).

7. Future of jobs report 2023. insight report. May 2023. – URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2023.pdf (дата обращения: 12.03.2023).
8. Machines will do more tasks than humans by 2025 but robot revolution will still create 58 million net new jobs in next five years. WEF. September 2018. – URL: <https://www.weforum.org/press/2018/09/machines-will-do-more-tasks-than-humans-by-2025-but-robot-revolution-will-still-create-58-million-net-new-jobs-in-next-five-years> (дата обращения: 12.03.2023).
9. Notes from the ai frontier: modeling the impact of ai on the world economy. McKinsey, 2018. – URL: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinseyFeatured%20Insights/Artificial%20Intelligence/Notes%20from%20the%20frontier%20Modeling%20the%20impact%20of%20AI%20on%20the%20world%20economy/MGI-Notes-from-the-AI-frontier-Modelingthe-impact-of-AI-on-the-world-economy-September-2018.ashx> (дата обращения: 12.03.2023).

АКАДЕМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ НАУЧНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ РАБОТНИКОВ И УПРАВЛЕНИЕ ИМ КАК ПРЕДМЕТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Ефимова Галина Зиновьевна

Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия

Аннотация. В статье рассматривается управление академическим развитием научно-педагогических работников как стратегическая цель российских университетов, требующая комплексного подхода и сочетания социологических теорий и концепций. Академическое развитие направлено на создание условий для повышения квалификации и профессионального роста работников; на формирование интеллектуального потенциала университетов и повышение их конкурентоспособности в мировом образовательном пространстве.

Подчеркивается важность компетенций научно-педагогических работников для формирования интеллектуального потенциала обучающихся и проведения научных исследований. Управление академическим развитием научно-педагогических работников предполагает процесс планирования, организации и контроля реализации программ повышения квалификации и профессионального роста.

В статье отмечается значимость академического развития научно-педагогических работников для устойчивого развития российских университетов.

Ключевые слова: академическое развитие, преподаватели, научно-педагогические работники, высшее учебное заведение, университет, социальный капитал, человеческий капитал.

Актуальность темы связана с потребностью в наращивании, обновлении и актуализации ресурсного потенциала научно-педагогического состава российских вузов. Недостаточное внимание со стороны представителей университетского менеджмента к академическому развитию научно-педагогических работников может негативно отразиться на их карьерных траекториях и профессиональном развитии.

Академическое развитие научно-педагогических работников и управление им – одна из значимых исследовательских тематик, привлекающая внимание как научной общественности, так и практиков в сфере управления человеческими ресурсами в высшей школе. Человеческий капитал научно-педагогического сообщества – ключевой ресурс устойчивого развития российских университетов и повышения их конкурентоспособности.

Научно-педагогические работники играют значимую роль в развитии общества и формировании интеллектуального потенциала обучающихся в вузе на всех ступенях получения образования. Их компетенции, знания и опыт необходимы для создания новых знаний и транслирования их студентам, а также при вовлечении обучающихся в научно-исследовательскую деятельность. Однако, для того чтобы они могли успешно выполнять свою работу, необходимо обеспечить академическое развитие персонала.

Академическое развитие научно-педагогических работников предполагает процесс постоянного повышения квалификации и профессионального роста (участие в конференциях, семинарах, публикация научных статей и монографий, получение дополнительного образования, в т.ч. в других российских и зарубежных организациях и пр.). При этом эффективное академическое развитие возможно преимущественно в рамках комплексной стратегии формирования человеческого капитала работников и при соответствующем корпоративном управлении.

Управление академическим развитием научно-педагогических работников предполагает процесс планирования, организации и контроля процесса реализации программ повышения квалификации и профессионального роста.

Ключевая задача управления академическим развитием научно-педагогических работников – определение комплекса потребностей в повышении квалификации и профессиональном росте, а также оптимального компетентностного профиля, к которому должны стремиться сотрудники различных должностных уровней. Для достижения этой цели важно проводить регулярный мониторинг текущих и перспективных требований к профессиональным компетенциям и знаниям научно-педагогических работников.

Значимыми аспектами в управлении академическим развитием научно-педагогических работников является определение наиболее эффективных методов и форм повышения квалификации и профессионального роста, а также контроль за их эффективной реализацией (что предполагает оценку результатов обучения, анализ эффективности программ и корректировку планов повышения квалификации).

При этом управление академическим развитием научно-педагогических работников – сложный многоуровневый процесс, требующий знаний не только в области педагогики и менеджмента, но и в социологии. В частности, социологический анализ академического развития научно-педагогических работников может помочь: изучить комплекс социальных процессов и факторов, оказывающих влияние на академическое развитие научно-педагогических работников; определить потребность в повышении квалификации и профессиональном росте; выявить как социальный контекст может влиять на выбор образовательных программ и методов обучения; разработать методики оценки эффективности программ академического развития научно-педагогических работников.

Отмечается тенденция, в рамках которой «университеты эволюционируют в платформенные организации, направляющие развитие людей, сообществ, выступая глобальной площадкой пересечения идей, технологий, проектов» [1]. Трансформация сферы высшего образования и отдельного университета всецело зависит от комплекса усилий, предпринимаемых управленческой командой.

К числу фундаментальных теоретических подходов, имеющих непосредственное отношение к изучению управления академическим развитием научно-педагогических работников, относятся следующие социологические теории и концепции:

Теория трансформации университетских процессов (Р. Барнетт [2], Б. Ридингс [3], Г.Е. Зборовский [4], П.А. Амбарова [5], Ю.Р. Вишневский [6], Д.Ю. Нархов).

Теория университетского управления (Г. Розовски [7], Ф. Альтбах [8], Д. Салми [9], И. Фруммин [10], Я.И. Кузьминов [11], М.М. Юдкевич [12]).

Концепция академической профессии (Ф. Альтбах [13], Р.Н. Абрамов [14], И. Груздев, Е. Терентьев).

Концепция академического (стратегического) развития персонала в высшем образовании (R. Blackwell [15], Jones, A., Lygo-Baker, S., Markless, S., Rienties, B., R. Di Napoli [16]).

Теория образовательных общностей (Ф. Тённис [17], Г.Е. Зборовский [18], П.А. Амбарова [19]).

Теория непрерывного образования (М.К. Горшков [20], Г.А. Ключарев).

Концепция «нового менеджериализма» в высшем образовании (R. Deem [21], [22]).

Концепция человеческого капитала (Г. Беккер, Дж. Хекман [23]).

Концепция образовательных траекторий (Г.А. Чередниченко [24], Д.Л. Константиновский).

Академическое развитие научно-педагогических работников находится в зоне ответственности университета – как организации-работодателя. Разрозненные действия работников, направленные на индивидуальное личностное и / или профессиональное развитие не всегда эффективны, и могут не быть согласованы с корпоративной стратегией академического развития. Поэтому несмотря на признание субъектности и автономности работника, сопровождающейся определенными (как правило непоследовательными) действиями, направленными на саморегулирование процесса академического развития, приоритет в развитии научно-педагогических работников – у университета, формирующего планомерное и грамотное развитие человеческого капитала сотрудников, в соответствии с внутрикорпоративной стратегией и актуальными социально-экономическими вызовами.

Университетские программы академического развития концентрируются преимущественно не на интересах отдельных научно-педагогических работников, а имеют групповой уровень управления, фокусируясь на дифференцированных группах персонала, объединённых формальными или неформальными критериями. Например: возрастными рамками (отдельные программы академического развития могут быть направлены на молодых ученых), стажем работы, имеющимся профессиональным потенциалом, уровнем трудовой удовлетворенности и вовлечённости, рабочих приоритетов (образование, научные исследования, административные функции) и пр.

Преподавателю университета необходимо развиваться, быть в курсе последних научных исследований, новых методов обучения и передавать студентам актуализированные знания, которые они смогут применять в практической деятельности уже во время обучения (в том числе в прикладных проектах и грантах под руководством преподавателя либо в рамках подработки в организации по будущей профессии). Это помогает преподавателю поддерживать авторитет в научном сообществе, повышать квалификацию и расширять возможности для осуществления исследовательской работы и подготовки научных публикаций в рейтинговых изданиях. Так, академическое развитие научно-педагогического работника способствует улучшению качества высшего и послевузовского образования и в целом способствует повышению престижа университета (как образовательного учреждения и как организации-работодателя).

Преподаватель, ориентированный на развитие и совершенствование профессиональных навыков и личных компетенций, более лабилен при адаптации к изменяющимся потребностям студентов, требованиям рынка труда и социально-экономическим реалиям, в целом. Он может создавать новые учебные курсы и программы, которые отвечают на актуальные социально-культурные вызовы и помогают студентам достигать успеха в карьере. Преподаватель, который постоянно обучается и развивается, может стать наставником и руководителем для коллег (в том числе молодых) и студентов, что способствует дальнейшему росту и развитию университетского сообщества.

Постоянное обучение и развитие преподавателя помогают улучшить его методы преподавания, что приводит к более эффективному обучению студентов. Преподаватель может находить новые способы объяснения материала, использовать новые технологии и методики, учитывая индивидуальные потребности и особенности студентов, в результате чего они будут иметь более высокую мотивацию к обучению.

Преподаватель, который постоянно обучается и развивается, способен лучше ориентироваться в современных требованиях рынка труда. Он будет в курсе последних тенденций и изменений в различных отраслях, что позволит ему подготовить студентов к реальным вызовам и задачам, с которыми они будут сталкиваться в будущей профессиональной деятельности.

Такой преподаватель становится не только учителем, но и наставником, который делится знаниями и опытом, содействует другим преподавателям в улучшении методов преподавания, помогает студентам развиваться и совершенствовать компетентностный профиль,

обозначает точки роста и создает условия, в которых ощущается острая нехватка знаний; показывает, как и где получить знания и как применить их для решения конкретной (и не всегда четко дифференцированной) задачи, что повышает их шансы на построение успешной карьеры.

Университетам важно изучать уровень вовлеченности научно-педагогических работников в образовательную и научно-исследовательскую деятельность, чтобы обеспечить качественное образование, научные исследования и инновации, поддержать репутацию и привлечь финансирование. Также это важно еще потому, что образовательные учреждения имеют особую миссию – обеспечение качественного образования и научных исследований. Для этого необходимо, чтобы работники были мотивированы к эффективной деятельности, вовлечены в работу, чтобы они могли достигать высоких результатов. При этом важно, чтобы сотрудники осознавали включенность в общий контекст стратегического развития университета.

Литература

1. *Латышев А.С.* Раскрывать и увеличивать количество талантов – основная миссия университетов. – URL: <https://www.interfax-russia.ru/ural/exclusives/prorektor-tyumenskogo-gosudarstvennogo-universiteta-andrey-latyshev-raskryvat-i-velichivat-kolichestvo-talantov-osnovnaya-missiya-universitetov> (дата обращения: 02.05.2023).
2. *Барнетт Р.* Осмысление университета // Теоретические вопросы образования: хрестоматия. – Минск: БГУ, 2012. – С. 5–30.
3. *Ридингс Б.* Университет в руинах / пер. А.М. Корбут. – М.: ИД ВШЭ, 2021, 304 с.
4. *Зборовский Г.Е., Амбарова П.А.* Университеты, которые могут изменить себя и макрорегион // Россия реформирующаяся: ежегодник. Вып. 16. – М.: Новый Хронограф, 2018. – С. 373–392.
5. *Зборовский Г.Е.* Стратегии развития образовательных общностей в вузах Уральского макрорегиона: предпосылки и возможности реализации // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. – 2018. – Т. 24. – № 1 (171). – С. 163–172.
6. *Вишневский Ю.Р., Нархов Д.Ю.* Парадоксы модернизации высшего образования: итоги 20-летнего мониторинга в Свердловской области // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. – 2019. – Т. 19. – № 2. – С. 289–301.
7. *Розовски Г.* Университет. Руководство для владельца. – М.: ИД ВШЭ, 2015. – 367 с.
8. *Альтбах Ф.Д.* Глобальные перспективы высшего образования. – М.: ИД ВШЭ, 2018. – 552 с.
9. *Салми Д., Фрумкин И.Д.* Как государства добиваются международной конкурентоспособности университетов: уроки для России // Вопросы образования. – 2013. – № 1. – С. 25–68.
10. *Лешуков О.В.* Флагманские университеты: от советского опыта к поиску новой модели / О.В. Лешуков, И. Д. Фрумкин // Университетское управление: практика и анализ. – 2017. – Т. 21. – № 4. – С. 22–29.
11. *Кузьминов Я.И.* Вызовы и перспективы развития университетов в России // Университетское управление: практика и анализ. – 2018. – Т. 22. – № 4 (116). – С. 5–8.
12. *Кузьминов Я.И., Юдкевич М.М.* Университеты в России. Как это работает. – М.: Изд-во ВШЭ, 2021. – 132 с.
13. *Альбах Ф.Дж., Салми Д.* Дорога к академическому совершенству. Становление исследовательских университетов мирового класса. – М.: Весь мир, 2012. – 312 с.
14. *Абрамов Р.Н., Груздев И.А., Терентьев Е.А.* Академическая профессия и идеология «медленной науки» // Высшее образование в России. – 2016. – № 10 (205). – С. 62–70.
15. *Blackwell R.* Towards Strategic Staff Development in Higher Education. – SRHE/Open University Press, 2003. – 223 p.
16. *Jones A., Lygo-Baker S., Markless S., Rienties B., Di Napoli R.* Conceptualizing impact in academic development: finding a way through. higher education research and development. – 2017. – 36 (1). – С. 116–128.

17. *Теннис Ф.* *Общность и общество. Основные понятия чистой социологии.* – М.: Владимир Даль, 2022. – 452 с.
18. *Зборовский Г.Е., Амбарова П.А.* Научно-педагогические работники как социальная общность в меняющихся условиях академического развития // *Образование и наука.* – 2022. – Т. 24. – № 5. – С. 147–180.
19. *Зборовский Г.Е., Амбарова П.А.* Переход образовательных общностей от неуспешности к успешности в процессе трансфера их человеческого капитала // *Мир России. Социология. Этнология.* – 2021. – Т. 30. – № 1. – С. 88–110.
20. *Горшков М.К.* *Непрерывное образование в современном контексте: монография / М.К. Горшков, Г.А. Ключарев.* – Москва: Юрайт, 2019. – 317 с.
21. *Deem R.* Globalisation, new managerialism, academic capitalism and entrepreneurialism in universities: is the local dimension still important? // *Comparative Education.* – 2001. – Volume 37. – Issue 1. – P. 7–20.
22. *Deem R.* "New managerialism" and Higher Education: the management of performances and cultures in universities in the United Kingdom // *International Studies in Sociology of Education.* – 1998. – Volume 8. – Issue 1. – P. 47–70.
23. *Хекман Дж.* Политика стимулирования человеческого капитала. Вопросы образования. – 2011. – № 3. – С. 73–137.
24. *Чередниченко Г.А.* Образовательные и профессиональные траектории молодежи: исследовательские концепты // *Социологический журнал.* – 2013. – № 3. – С. 53–74.

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОНФЛИКТ В ДИАДЕ «ШКОЛЬНЫЙ УЧИТЕЛЬ-УЧЕНИК» В КОНТЕКСТЕ МОДЕРНИЗАЦИЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ

Закирова Диана Радиковна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В данной статье приводятся результаты исследования конфликтного взаимодействия в диаде «учитель-ученик». Рассматриваются такие аспекты, как кадровый запрос школьных учителей в России, престиж профессии учителя в современном обществе, проблемные поля в рабочей деятельности школьного педагога. Приведены результаты авторского эмпирического исследования, целью которого являлось вывить факторы формирования конфликтного взаимодействия школьного педагога и ученика. В исследовании были затронуты следующие темы: отношение к роли и функциональным обязанностям учителя, идеальный образ педагога в представлениях участников образовательного процесса, реакции участников конфликта и способы решения конфликтного взаимодействия.

Ключевые слова: конфликтное взаимодействие, учитель, ученик, родитель, конфликтологическая некомпетентность, роль учителя, образовательный процесс, функции учителя.

Профессия учителя в современности переживает кризис. За последние несколько лет всё чаще встаёт вопрос о кадровой нехватке школьных педагогов. «По словам экспертов Центра экономики непрерывного образования ИПЭИ РАНХиГС, исследовавших данные Министерства просвещения о вакансиях в сфере педагогики, в большинстве федеральных округов России, в 2021/22 учебном году сформировался дефицит работников общеобразовательных организаций»[2]. По данным медийно-сервисного интернет-портала «Рамблер» «сегодня кадровый дефицит в сфере школьного образования составляет 250 тысяч человек. При этом в регионах лишь 10–20 % выпускников профильных институтов остаются в профессии»[3].

В связи с данной проблемой актуализируется изучение образовательной среды как конфликтного поля.

Престиж профессии нестабилен, низкий оклад труда, увеличение нагрузки в виде «бумажной работы», учебные классы, сформированные не по нормам СанПиН, уменьшение полномочий школьного учителя в сфере влияния на семьи, потребительское отношение к работе преподавателя и противоречивые требования со стороны родителей, вмешательство в образовательный процесс властных структур – все перечисленные негативные моменты влияют на психологическое состояние преподавателя и могут стать косвенными факторами формирования конфликта в образовательной среде [4, с. 95].

Объектом исследования являются конфликтные взаимодействия в образовательной среде, предметом – факторы образования конфликта в диаде «учитель-ученик».

Цель исследования – выявить факторы формирования конфликтного взаимодействия школьного учителя и ученика в контексте современности.

В определённой образовательной организации, в зависимости от её уровня, создаются различные условия для функционирования образовательного процесса, что в свою очередь влияет на формирование конкретных видов барьеров включения учащихся, данные барьеры могут приводить к усугублению конфликтных ситуаций [1, с. 290]. Педагогический конфликт в диаде «учитель – ученик» неизбежен, ввиду неравенства статусных позиций педагога и ученика. Педагогический акт предполагает «символическое насилие» [5, с. 3].

Образовательная среда является непрерывно активным конфликтным полем, появляются новые формы и источники конфликтного взаимодействия. Реакции и способы решения конфликтных ситуаций, однако, остаются прежними и могут привести к эскалации конфликта.

Помимо перечисленных латентных причин формирования противоречий между школьным педагогом и учащимся, корень которых в упадке профессии учителя, конфликтное взаимодействие в диаде «учитель-ученик» также возникает под воздействием следующих факторов: конфликтологическая некомпетентность педагога, недостаточная мотивация к обучению у учащегося, возрастные особенности ученика в совокупности с переходом на следующую стадию обучения, противоречия в интересах и целях субъектов образовательного процесса, неверно подобранные педагогом меры разрешения конфликтных ситуаций, доминирование в принятии решений «симпатий или антипатий», а также некорректно сформированный имидж педагога.

В авторском эмпирическом исследовании рассматривались такие аспекты, как отношение к роли учителя со стороны субъектов образовательного процесса; идеальный образ учителя; ожидание родителей, учащихся и учителей от характера взаимодействия ученика с педагогом; реакции участников конфликта на проблемную ситуацию; влияние конфликта на образовательный процесс; а также способы решения конфликтов и определение факторов формирования конфликта в диаде учитель-ученик его участниками.

Исследование было проведено в три этапа:

1. При стратегии кейс-стади был проведён количественный опрос учащихся 9, 10 и 11 классов в виде анкетирования. (Кейсом являются старшеклассники Лицея № 9 имени А.С. Пушкина в г. Зеленодольск).

2. Методом интервью были опрошены 15 учителей старших классов.

3. Методом экспресс-опроса были опрошены 100 родителей старшеклассников.

По результатам эмпирического исследования выявлено увеличение числа конфликтов в школе. Важную роль играют конфликты в диаде «учитель-родитель», Именно подобного рода конфликты, по мнению учителей, снижают мотивацию к работе с отдельными учениками и с классом в целом. Чаще педагоги указывали на то, что за последнее время жалоб на учителей со стороны родителей учеников, стало больше, а потому и конфликты педагога с родителем участились.

Респондент № 1: *«Конфликт с родителями, если честно может повлиять, учитель же в первую очередь человек, поэтому тоже, бывает, меняешь отношение к ученику; Респондент № 13: «иногда потом не хочется на работу идти, потому что знаешь, ученика дома родители настроили, и лучше не станет». Респондент № 14: «родители идут на поводу у слабых детей...у них уже четвёртый классный руководитель. Было очень тяжёлое роди-*

тельское собрание, родители никого не слушают ни учителей, ни администрацию. Они сразу агрессивно настроены, а это очень сложно». Респондент № 10: «больше стало конфликтов с родителями, потому что они, наверное, думают, что больше нас знают, больше прав знают, чем мы, поэтому у них претензий больше становится».

Конфликты с учениками воспринимаются учителями «близко к сердцу» – почти все опрошенные педагоги отмечали, что их физическое состояние ухудшается после конфликта с учеником. Ухудшение физического состояния проявляется в повышении и понижении давления, повышении сахара в крови, мигренях, бессоннице.

Необходимо отметить, что конфликт ученика с учителем оказывает значительное влияние на образовательный процесс. 33 % учеников отмечают, что после конфликта начинают хуже относиться к предмету данного учителя, 10 % учеников начинают хуже относиться к школе в целом.

Рассматривая возникновение конфликта, как гипотетически возможного случая, большинство учеников отмечали, что не будут рассказывать о конфликте никому из окружающих. Старшеклассники, в основном не хотят привлекать третьи лица к конфликтному взаимодействию. Не редко, однако, учащиеся не против поделиться переживаниями с одноклассниками, намного чаще, чем с родителями, администрацией или психологом.

Несмотря на то, что учащиеся, как правило, держат ситуацию в себе, они не склонны к восприятию конфликта «близко к сердцу» (20 %). Большинство учащихся «спустя некоторое время забывает о случившемся» (51 %), а 20 % учеников «забывают о конфликте на следующий день».

Важно отметить социальное противоречие между ожиданиями родителей и учеников от функциональных обязанностей педагога и его самоидентификацией профессионального предназначения. Главной функцией педагога участникам образовательного процесса видится передача фундаментальных знаний (87 % учеников, 90 % родителей, 15/15 учителей). Расходятся их мнения по поводу воспитательной функции учителя. Родители и ученики на второе место ставят передачу культурных ценностей и психологическую поддержку ученика. Учителя же преимущественно считают, что помощь семье в воспитании ребёнка – одна из самых важных обязанностей школьного педагога.

Респондент № 6 отмечает: *«учитель должен учить в широком смысле слова, не просто передавать знания, а учить мыслить ...пытаться воспитывать, дать понять, что хорошо, а что плохо». Респондент № 8 говорит о том, что учитель формирует личность ученика, туда входит и познавательная функция и воспитательная и духовное развитие и т. д.*

Также важным фактором формирования конфликтного взаимодействия становится динамика отношения к статусу учителя. По мнению педагогов, отношение к учителю со стороны общественности стало потребительским. Важную роль играет медийный образ, который представляет педагога источником образовательной услуги. А также важна система ЕГЭ, которая делает необходимым выбор учениками «нужных» и «ненужных» предметов. Вследствие этого учителя чувствуют, что их профессиональное предназначение теряет значимость.

Респондент № 5: *«Учитель математики: бывает чувство ненужности некое... сейчас дети выбирают больше предмет на экзамен, и уклон на предметы определённые больше идёт. В зависимости от важности услуги для себя, меняется степень уважения».* Респондент № 13: *«отношение кардинально изменилось...учитель поставлен в категорию обслуживающего персонала. Ты только должен и обязан...СМИ очень активно дискредитируют статус учителя»* и т. д.

Необходимо рассматривать идеальный образ учителя в представлениях как родителей и учеников, так и учителей, чтобы увидеть проблемные поля, в которых не оправдываются социальные ожидания участников образовательного процесса от образа педагога. Основное противоречие скорее между идеальным образом педагога в глазах родителей и учеников. Тогда как родители в положительных качествах учителя отводят большую роль требовательности, ученики требовательность воспринимают одной из самых негативных характеристик педагога. И родители, и учащиеся отмечали негативными качествами педагога, с которыми

они сталкивались, «злость-агрессия», «необъективность-несправедливость», «надменность-высокомерие» и «наличие любимчиков». Несмотря на то, что учителя по большей части говорили о необходимости проявлять доброту к ученикам, видно, что в действительности это оказывается сложнее и не всегда реализуется на практике. (Респондент № 8 отмечает, что *«нельзя относиться к ученику свыше, только по-доброму»*; Респондент № 9 говорит, что *«на первом месте доброта, без доброты сложно будет и конфликты переживать»*; и т. д.). Не менее редким ответом в интервью педагогов было высказывание «учитель должен быть интересной личностью». Зачастую учителя отмечали «чувство юмора» и «мудрость». Единственным диссонансным моментом стали позиции относительно любви к детям. Мнения разделились, некоторые педагоги считают, что без любви к детям учителю будет очень сложно работать в школе, а некоторые уверены, что любовь слишком глубокое чувство и достаточно ограничиваться хорошим отношением и уважением. (Респондент № 6: *«Любить свою работу самое главное, не надо детей всех любить, хорошо к ним относиться – да»*; респондент № 10: *«Ровное хорошее отношение к детям должно быть, не надо их любить, надо их понимать»*; респондент № 14: *«Мы здесь не для любви, любовь слишком глубокое чувство, с добротой нужно скорее»*).

Если говорить о социальных ожиданиях участников образовательного процесса от характера взаимодействия учителя с учащимся, то идеальным видом взаимоотношений является форма наставничества – совмещение делового стиля общения с возможностью обратиться за помощью к педагогу. Форму наставничества, как самую приемлемую выбрали 68 % учащихся и 77 % родителей. Учителя же отмечают, что близкие отношения с учеником возможны, если долгое время педагог ведёт определённый класс. Однако многие учителя отмечали, что новое поколение педагогов часто позволяют себе «неприемлемые панибратские отношения».

Респондент № 2: *«У более молодых педагогов всё чаще заметны панибратские отношения с учениками...это безобразие, я считаю»*; Респондент № 15: *«Главное, чтобы они не были панибратские, учитель должен себя на определённый уровень ставить, но при этом, чтобы ученик не боялся. Ученики должны учиться с радостью»*.

Чтобы сравнить ожидания учеников относительно отношения педагога к ним с реальным отношением учителя, в анкетировании были заданы два вопроса: «Какое отношение учителя к вам кажется вам наиболее правильным?» и «Как к вам относятся педагоги?». В результате видно, что преимущественно (51 %) ученики ожидают уважительного отношения, однако лишь 38 % из них получают такое отношение в действительности. Тогда как нейтрального отношения ожидают в два раза меньше учеников, чем получают.

Необходимо сделать акцент на таком факторе формирования конфликта, как конфликтологическая некомпетентность педагога. По результатам исследования, в процессе конфликта учителя зачастую не могут сдерживать эмоции. А также педагоги применяют репрессивные меры, нарушающие профессиональную этику. (28 % учеников отмечали, что учителя при конфликтах не пытаются их понять и применяют репрессивные меры). 34 % учеников говорят, что учитель может оскорбить словами в порыве злости, 16 % учащихся отмечают, что педагог может применить силовые методы (взять за ухо, ударить, дать оплеуху и т. д.), бывают случаи, когда педагоги бросаются подручными предметами (тряпка, мел, учебник и т. д.) и могут взять вещи и выкинуть их из кабинета (отметили по 9 % учеников). Конфликтологическая некомпетентность также часто может становиться причиной эскалации конфликта.

Учителя в интервью, однако, говорят об обратном. Все опрошенные педагоги утверждают, что сначала разговаривают с учеником наедине. После того, как беседа не помогает учителя, в большинстве случаев начинают привлекать к конфликту третье лицо: родителей, классного руководителя, психолога и администрацию. Чаще всего сначала педагог обращается к классному руководителю, после к родителям, если нужно к психологу, а к администрации обращается в последнюю очередь. Многие учителя отмечали плодотворную работу школьного психолога, однако также указывали, что одного психолога недостаточно.

Респондент № 4: «Беседа и разъяснение позиции, что пришло понимание, что мы собственно хотим друг от друга»; Респондент № 6: «Пытаюсь обратиться к пониманию детей, стараюсь объяснить в чём конфликт состоит»; Респондент № 14: «Во-первых, поговорить с учеником один на один нужно».

Респондент № 9: «Я обязательно обращаюсь к классному руководителю, они обычно могут дать совет, после, если не помогает, можно обратиться к родителям, дальше к завучам»; Респондент № 13: «Психолог иногда помогает, его подсказки помогают по-другому посмотреть на ситуацию»; Респондент № 5: «Психологов в школе должно быть больше, работа с психологом довольно тонкая, она требует не разовых бесед, а целенаправленной работы с учениками на протяжении долгого времени».

Учащиеся, при конфликтном взаимодействии с учителем чаще всего пытаются найти компромисс (33 %), реже делают вид, что конфликт исчерпан, но остаются при своём мнении (27 %), реже всего открыто выражают эмоции (20 %).

Говоря о типичных способах решения конфликта, которые выбираются учащимися, необходимо учитывать фактор имиджа педагога, влияющий на отношения ученика к определённому учителю. Респондентам были заданы два вопроса «Если у вас возникнет(-ал) конфликт с учителем, который вам нравится, как вы попытаетесь решить конфликт?» и «Если у вас возникнет(-ал) конфликт с учителем, который вам сильно не нравится, как вы попытаетесь решить конфликт?». По результатам исследования, видно, что с учителем, который ученику нравится, компромисс будет искаться чаще в 2 раза.

Если же говорить об определении факторов формирования конфликтного взаимодействия самими участниками, то 46 % учащихся отмечают важным фактором «предвзятое отношение учителя». Ученики в основном считают, что отношение учителей после конфликта меняется в худшую сторону. Однако мнение учителей по этому вопросу расходится с мнением учеников.

Учителя же делают акцент на отсутствии достаточной мотивации к обучению у учеников.

И педагоги, и учащиеся отмечают одними из основных факторов формирования конфликтов «нарушение учениками норм школьного устава» – организационные моменты: ношение формы, опоздания, не выполнение домашних работ и т. д., а также «нарушение норм морали».

Литература

1. Константиновский Д.Л. Неравенство и образование. Опыт социологических исследований жизненного старта российской молодежи (1960-е годы – начало 2000-х). – М.: ЦСП, 2008. – 552 с.
2. Новостной ресурс «Коммерсантъ». – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5481128?ysclid=lb95h7vjjj21844198> (дата обращения: 20.10.2022).
3. Новостной ресурс «Рамблер». – URL: <https://news.rambler.ru/education/49109666-donosy-i-unizheniya-v-rossii-vserez-obespokoeny-nehvatkoy-uchiteley-v-shkolah/?ysclid=lb95ci80ky95-135278> (дата обращения: 23.10.2022).
4. Поташкин М.М. Почему учителя уходят из школы // Народное образование. – 2019. – № 6. – С. 93–101.
5. Рысакова П.И. Предмет социологии образования. Концепция П. Бурдьё // Известия Российского государственного педагогического университета имени А.И. Герцена. – 2007. – № 27. – С. 9–13.

СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНСТИТУТА КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

**Зауголышева Мария Михайловна,
Сайфутдинова Регина Маратовна**

*Казанский национальный исследовательский технический университет
имени А.Н.Туполева – КАИ», Казань, Россия*

Аннотация. В статье проведен анализ понятия креативных индустрий, его классификаций и подробных характеристик, которые составляют данную область. На базе научного дайджеста Научного центра мирового уровня «Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала» проанализированы концепции креативных индустрий, основанные в контексте реализации проекта «Формирование методологических основ измерения социально-экономических характеристик креативных индустрий и креативного класса». Представлен анализ трудового рынка креативных индустрий ПФО в разрезе регионов и на основе динамики обнаружена необходимость развития креативного предпринимательства, так как оно меняет конструкцию рынка труда и увеличивает приток инвестиций. Выявлено, что слабым регионам требуется присоединиться к реализации федеральной концепции, чтобы не столкнуться с оттоком талантов из региона. Поощрять развитие бизнеса и скорректировать качество жизни людей в регионах.

Ключевые слова: креативные индустрии, креативная активность, креативная экономика, новые технологии, отрасль.

Введение.

Креативные индустрии – это отрасль экономики, которая основана на творческом потенциале и интеллектуальной собственности. Креативные индустрии являются одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики в современном мире, которая привлекает множество талантливых людей со всего мира. Они включают в себя такие области, как дизайн, реклама, музыка, кино, телевидение, игры, издательство, мода, театр и т. д. Актуальность креативных индустрий связана с несколькими факторами [4, с. 126]:

1. Экономический рост. Креативные индустрии являются одним из ключевых двигателей экономического роста во многих странах мира. Они создают рабочие места, привлекают инвестиции и способствуют развитию других отраслей экономики;

2. Инновации. Креативные индустрии являются источником новых идей, концепций и технологий. Они стимулируют инновационный процесс и способствуют развитию новых продуктов и услуг;

3. Культурное наследие. Креативные индустрии являются хранителями культурного наследия и способствуют его сохранению и развитию. Они создают культурные ценности, которые могут быть переданы из поколения в поколение;

4. Социальное значение. Креативные индустрии способствуют развитию социальной сферы, в том числе образования, здравоохранения, культуры и спорта. Они могут использоваться для решения социальных проблем и поддержки уязвимых групп населения.

Таким образом, креативные индустрии являются ключевым элементом современной экономики и общества. Они имеют огромный потенциал для развития и могут стать основой новой экономической модели, основанной на знаниях и инновациях.

Но, несмотря на все преимущества, с которыми связаны креативные индустрии, они также сталкиваются с рядом проблем. Одной из главных проблем креативных индустрий является низкая оплата труда. Многие работники в этой отрасли получают зарплаты ниже среднего уровня, что приводит к тому, что многие талантливые люди покидают эту отрасль в поисках более высокооплачиваемой работы. Это проблема не только для самих работников, но и для всей отрасли в целом, так как это может привести к потере талантливых кадров и уменьшению конкурентоспособности компаний.

Еще одной проблемой креативных индустрий является нестабильность работы. В этой отрасли часто используются временные контракты, что означает, что работники не могут рассчитывать на постоянную работу и стабильный доход. Это может привести к неуверенности в будущем и затруднениям при планировании личных финансов.

Также креативные индустрии сталкиваются с проблемой недостатка финансирования. Многие стартапы и малые компании в этой отрасли имеют проблемы с получением кредитов и инвестиций, что затрудняет их развитие и рост. Это может привести к ограничению возможностей для новаторских проектов и уменьшению конкурентоспособности компаний.

Еще одной проблемой креативных индустрий является нехватка квалифицированных специалистов. В этой отрасли требуются люди с творческим потенциалом, но также с хорошими знаниями в области маркетинга, дизайна и технической реализации. Однако, не всегда удается найти таких специалистов на рынке труда. Это может привести к затруднениям при реализации проектов и ограничению возможностей для компаний.

Наконец, креативные индустрии также сталкиваются с проблемой нарушения авторских прав и пиратства. Это затрудняет развитие отрасли, поскольку многие творческие люди не получают должного вознаграждения за свои работы. Это может привести к потере мотивации у творческих людей и ограничению новаторских проектов.

В целом, креативные индустрии имеют свои проблемы, но при этом они остаются одной из наиболее перспективных отраслей экономики. Для решения проблем необходимо улучшить условия труда и оплаты, обеспечить стабильность работы, привлекать инвестиции, развивать квалификацию специалистов и бороться с нарушением авторских прав. Только так можно обеспечить дальнейший рост и развитие креативных индустрий и создать благоприятную среду для творческих людей.

Анализ креативных индустрий в ПФО.

Анализ и оценка идей творческих индустрий в статье предлагается основать на научном дайджесте Научного центра мирового уровня «Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала» [6], подготовленного на основе реализации проекта «Формирование методологических основ измерения социально-экономических характеристик креативных индустрий и креативного класса». Проведенное исследование позволило выявить топ-20 городов России по значению индекса креативной активности (рис. 1).

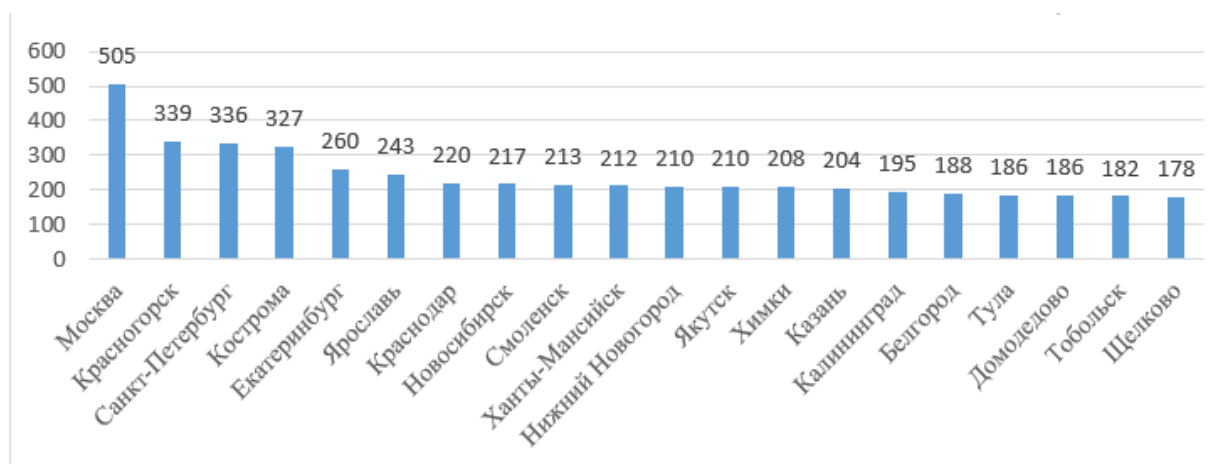


Рис. 1. Топ-20 Российских городов по индексу креативной активности (численность занятых в креативных индустриях на 10000 человек населения, по состоянию на май 2021 г.) по данным анализа ИСИЭЗ НИУ ВШЭ [6]

На основании данных показателей можно сказать, что креативные индустрии в ПФО наиболее развиты в крупных городах-миллионниках. Так как, креативные индустрии явля-

ются довольно динамично развивающаяся сектором экономики, ситуация на рынке труда меняется постоянно.

Результаты исследования служат некой информационной базой для создания и дальнейшего развития политики государства в области креативных индустрий. Понимание изучаемого касает исторического развития, местоположения, развития локальных и городских бизнес-индустрий позволит сформулировать политическое и экономическое становление данной отрасли, что приведет к эффективным мерам, направленных на поддержку данного сектора В ПФО.

Внегласно в креативных индустриях существует более 30 видов интеллектуальной деятельности, основанных на авторском праве, к ним относятся: дизайн, кино, телевидение, мода, архитектура, реклама, издательская деятельность, музыка, компьютерная графика, ремесла, программное обеспечение и другие. Для изучения и выявления проблем развития креативных индустрий предлагаем наиболее подробнее обратиться к ситуации развития данного направления среди регионов ПФО. Рассмотрим ситуацию на региональных рынках труда в сфере креативных индустрий (рис. 2).

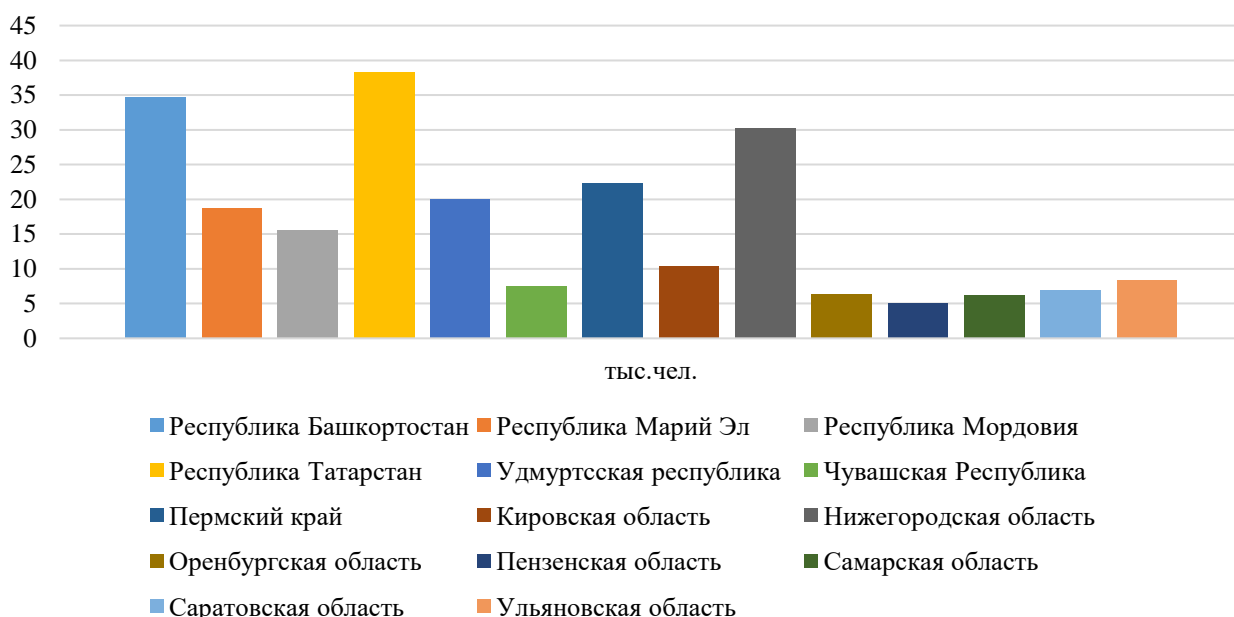


Рис. 2. Численность трудоустроенного населения в креативных индустриях в разрезе регионов ПФО по состоянию на 2022 г. (тыс. чел)

Оценка итогов 2022 года по вкладу креативных индустрий в валовый региональный продукт (ВРП) Татарстана составляет примерно 4,1 %. Выявлено, в области индустрий Татарстана задействовано 17,6 тысяч организаций (предприятий), в среднем численность работников которых составляет около 38,3 тысяч человек. Таким образом, всего на креативные индустрии Татарстана приходится 8,6 % от всех организаций и около 4,1 % от всей численности трудящихся жителей региона. Всего выручка организаций креативных индустрий в Татарстане составила 142 млрд рублей. В целом на творческий сектор приходится 2,4 % от суммарной выручки всех компаний, осуществляющих свою деятельность в регионе. По данным Агентства стратегических инициатив, лидерами в регионе по числу занятых сотрудников в организациях, функционирующих в области индустрий, являются Казань, Набережные Челны и Актинский район (10,8 %, 7,1 % и 6,6 % соответственно).

Республика Башкортостан заняла второе место с показателем 4,5 % от ВРП, где 13,9 тыс. компаний функционирует в сфере креативных индустрий. В них заняты 34,7 тыс.

чел. (4,5 % от всех работников). Материальный аспект здесь составил 131 млрд руб. (2,8 % от выручки всех организаций республики). По количеству сотрудников, привлеченных к работе в креативной индустрии, в Башкирии лидируют Сибай (18,9 %), Уфа (10,7 %) и Межгорье (8,2 %). Самый большой вклад в муниципальный валовой продукт вносят организации Сибая (10,3 %) и Уфы (8,7 %).

Креативные индустрии в ПФО имеют большое значение для экономики региона. Они создают рабочие места для тысяч людей, привлекают инвестиции и способствуют развитию туризма. Кроме того, креативные индустрии являются важным элементом формирования имиджа региона, его культурного потенциала и привлекательности для инвесторов.

В целом, креативные индустрии в ПФО являются одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики. Они представляют собой источник новых идей, инноваций и креативных решений, которые могут стать основой для развития других отраслей экономики и общественной жизни в целом.

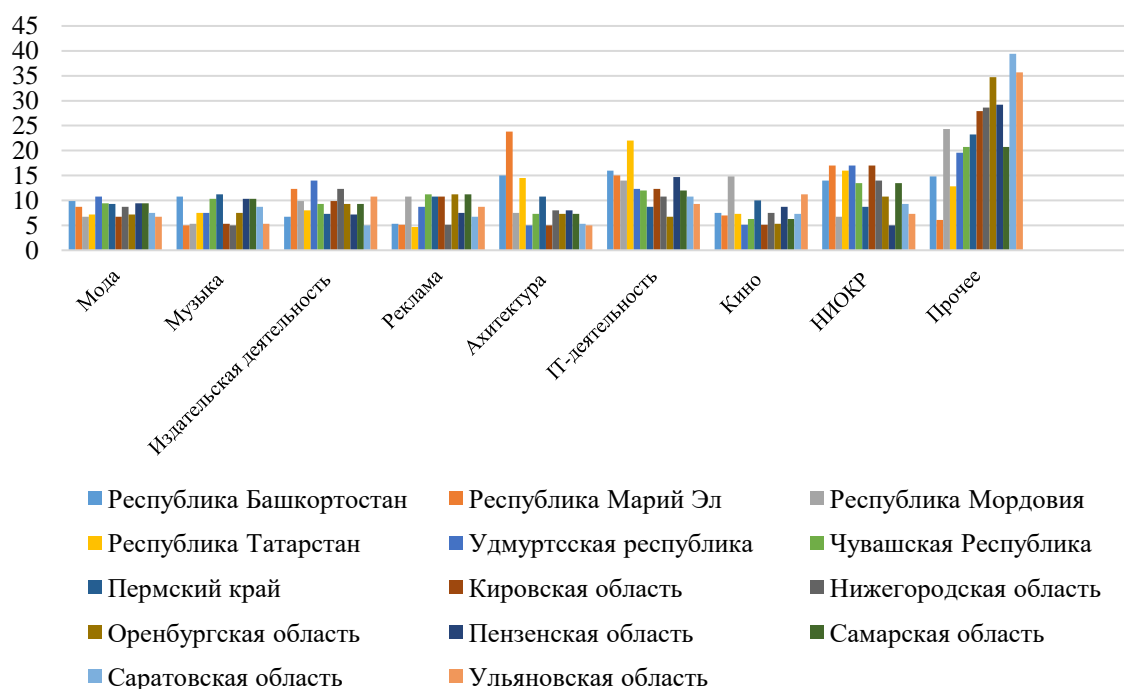


Рис. 3. Структура занятости в креативных индустриях среди регионов ПФО 2022, %

Архитектура, научные исследования и сфера информационных технологий лидируют среди всех отраслей в проанализированных республиках. Динамика социально-экономического креативного развития регионов Приволжского федерального округа (ПФО) в 2022 г., с одной стороны, показывает, как они восстанавливаются после жестких ограничений пандемийного периода, с другой стороны, характеризует их потенциал к новым вызовам современной геополитической ситуации.

Закключение. В результате проведенного анализа можно сказать, что регионы ПФО заинтересованы в развитии креативного предпринимательства, так как оно меняет конструкцию рынка труда и увеличивает приток инвестиций. Креативные индустрии имеют огромное значение для экономического и социального развития общества. Они создают рабочие места, привлекают инвестиции и способствуют инновационному процессу. Кроме того, они являются хранителями культурного наследия и способствуют развитию социальной сферы. Креативные индустрии имеют огромный потенциал для дальнейшего развития и могут стать основой новой экономической модели, основанной на знаниях и инновациях.

Также имеется потребность в комплексном решении по поддержке креативных и творческих отраслей, к примеру особые налоговые режимы, кластерная инфраструктура, эффективная система защиты интеллектуальной собственности, доступные инструменты масштабирования бизнеса и многое другое. Слабым регионам требуется присоединиться к реализации федеральной концепции, чтобы не столкнуться с оттоком талантов из региона. Поощрять развитие бизнеса и скорректировать качество жизни людей в регионах.

Результаты исследования могут служить и являются базой для статистического мониторинга и формирования научно обоснованных экономических оценок параметров креативной экономики в ПФО и других регионах.

Дальнейшая работа над разработкой исследований в сфере креативной индустрии может способствовать усовершенствованию подходов к ее пониманию и классификации, к новейшим разработкам альтернативных методов количественной оценки их параметров, в том числе путем анализа больших данных.

Литература

1. *Каверина Н.А.* Современное развитие креативных индустрий в России (опыт столицы и регионов) / Н.А. Каверина, А.И. Гретченко, А.А. Гретченко // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2019. – № 1 (75). – С. 58–64.
2. *Смей В.М.* Позиционирование креативных индустрий в качестве потенциала развития территории / Ломоносов-2021: материалы XXVIII Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых (Севастополь, 21–23 апреля 2021 года). – Севастополь: Филиал МГУ в г. Севастополе, 2021. – С. 194–195.
3. *Сопина Н.В.* Развитие креативных индустрий в регионах России: возможности и их реализация // Креативная экономика. – 2021. – Т. 15. – № 2. – С. 277–294.
4. *Хриптулова И.В.* Креативные индустрии в обществе: исторические аспекты культурного производства: монография. – Москва: Научный консультант, 2018. – 126 с.
5. *Филимонова К.Л.* Роль культуры в развитии современного мегаполиса // Общество: философия, история, культура. – 2020. – № 4 (72). – С. 103–106.
6. *Боос В.О., Гершман М.А., Куценко Е.С.* Креативные специализации российских городов Научный дайджест. Спецвыпуск. – URL: [https://Human_Capital_NCMU_Digest_Special_Issue_Creative_Cities_02-2022.pdf\(hse.ru\)](https://Human_Capital_NCMU_Digest_Special_Issue_Creative_Cities_02-2022.pdf(hse.ru)) (дата обращения: 02.12.2022).
7. Официальный сайт Центра стратегических разработок. – URL: <https://www.csr.ru/ru/-research/> (дата обращения: 02.12.22).

ИЗМЕНЕНИЕ СТАТУСНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ В РОССИИ

Иванченко Ольга Сергеевна

*Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ)
имени М.И. Платова, Новочеркасск, Россия*

Аннотация. Статусные характеристики молодых ученых рассматриваются за двадцатилетний период (с 2000 года). Эмпирическая база строится на объективных (статистических) и субъективных (результаты социологического опроса молодых ученых) показателях. Анализируются правовой статус, показатели социально-демографической структуры, научного статуса, оплаты труда и финансирования научных исследований, самооценка, престижность и барьеры реализации карьеры ученого. Объективные характеристики уровня заработной платы, расходятся с самооценкой материального положения молодых ученых. Основная причина выявленных расхождений заключается в дифференциации статусных позиций в региональном срезе. Основными факторами, привлекающими молодежь в науку, является растущий уровень престижности профессии в обществе и возможность самореализоваться.

Негативными факторами остаются уровень материальной обеспеченности молодых ученых и инфраструктурная обеспеченность проведения научных исследований.

Ключевые слова: молодые ученые, статус, положение, самооценка, престиж.

Введение. С конца 90-х годов система управления научной сферой находилась в состоянии реформирования, где наука не рассматривалась как ведущая производственная сила, был изменен статус «гражданской» науки и перевод ее в сектор услуг. Сфера науки имела хроническое недофинансирование, что не могло не сказаться на структуре организаций, осуществляющих исследования и разработки, на фундаментальных и прикладных исследованиях, численности научных кадров [1]. Совершенно иной вектор развития получила наука в 2018 году в контексте Послания Федеральному Собранию Президента РФ, определившее научно-технологическое развитие: прежде всего, ликвидацию технологического отставания от развитых стран в качестве одного из ключевых направлений развития страны. На государственном уровне была признана проблема развития кадрового потенциала, дефицита научных молодых кадров и критической необходимости омоложения научного кадрового состава. Для решения данной проблемы был разработан комплекс стратегических программ, направленных на поиск и развитие талантливой молодежи, создание условий для реализации потенциала молодежи в социально-экономической сфере, внедрение технологии «социального лифта», общее совершенствование человеческого капитала (в том числе профессиональная социализация молодежи эффективное использование потенциала молодежи).

В статье поставлена цель рассмотреть основные характеристики статуса и положения молодых ученых в рамках реализуемой государственной политики, а именно правовой статус, социально-демографическая структура, научный статус, оплата труда и финансирование исследований, престижность, самооценка статуса, барьеры, препятствующие карьере ученого.

Основным источником статистических (объективных) данных является Росстат, Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ, так же результаты опросов ВЦИОМ. Источником субъективных данных являются результаты опроса, проведенных автором среди молодых научных сотрудников вузов и научных организаций Южного федерального округа на тему "Молодые ученые Юга России: ценностно-поведенческое измерение профессиональных установок" (N = 703) [2].

Правовой статус. Правовой статус является составной частью социального статуса и выражается в правах, свободах и обязанностях. Правовой статус определяет устойчивое положение внутри социальной системы и формирует принципы взаимоотношений между государством и личностью (группой).

Выделяя молодых ученых как особую социально-профессиональную группу в структуре научного сообщества необходимо иметь четкие критерии ее группообразования, которые сегодня в правовом поле отсутствуют. Чаще всего критериями группообразования выступают демографические (физиологический возраст) и профессиональные (наличие ученой степени) параметры, которые не имеют в регулирующих документах различного уровня единого терминологического поля и подходов к определению критериев, что не может не сказаться на правовом статусе молодых ученых.

Отсутствие правового статуса молодых ученых в правовом российском поле в рамках реализуемого курса государственной политики формирует определённый парадокс: который заключается в том, что, несмотря на всю государственную стратегическую значимость, наличие множества программ развития и поддержки, статус молодых учёных не определён [3].

Учитывая отсутствие единого подхода к определению понятия «молодой ученый» в рамках данного исследования молодой ученый – сотрудник научно-исследовательской организации и/или преподаватель вуза без ученой степени, кандидаты и доктора наук в возрасте от 20 до 40 лет.

Социально-демографическая структура.

Статистический анализ социально-демографической структуры научных кадров в России свидетельствует о сокращении общей численности исследователей в период с 2000 по 2020 год в 1,23 раза. Общая численность исследователей на протяжении исследуемого периода имеет устойчивую тенденцию к снижению, а если сравнивать численность исследователей, например, с 1995 годом (в данный период численность исследователей составляла 1061044 человек), то динамика имеет ярко выраженную стагнацию (рис. 1).

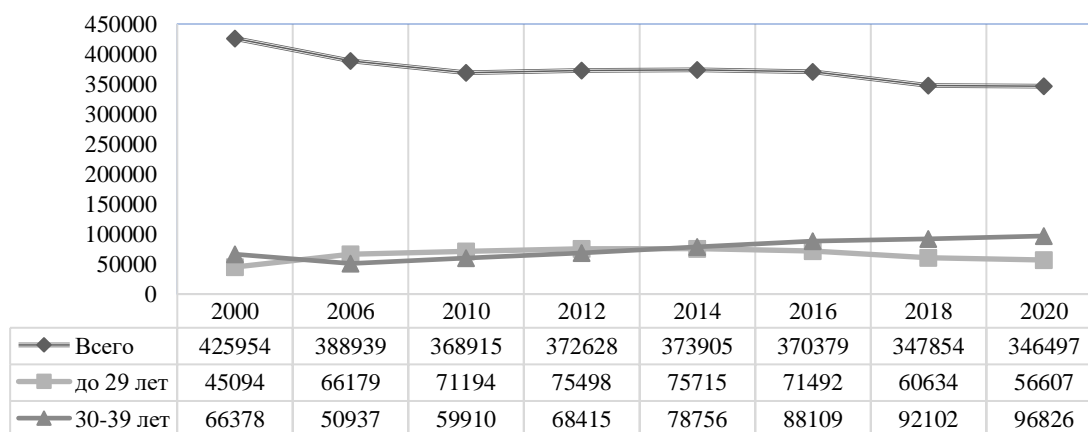


Рис. 1. Динамика численности исследователей в возрастном срезе [4]

Приведенные данные на рис. 1 свидетельствуют о слабом притоке молодых исследователей в науку (численность исследователей в возрастной группе до 29 лет после пика в 2014 75 715 человек снижается). Ситуация с численностью исследователей в возрастной группе до 29 лет достаточно сложная, однако наметилась тенденция к увеличению доли молодых исследователей в общей численности научных кадров (с 10,6 % в 2000 году до 16,3 % в 2020 году), однако данный сдвиг пока не может переломить затяжное «старение» научного персонала. О старении научных кадров свидетельствует и повышение среднего возраста исследователей. В период с 1994 года по 2020 произошло существенное старение научных кадров. Так средний возраст доктора наук в 1994 составлял 58 лет, а в 2020 – 64 года; кандидата наук в 1994 г. – 49 лет, в 2020 – 51 год (рис. 2).

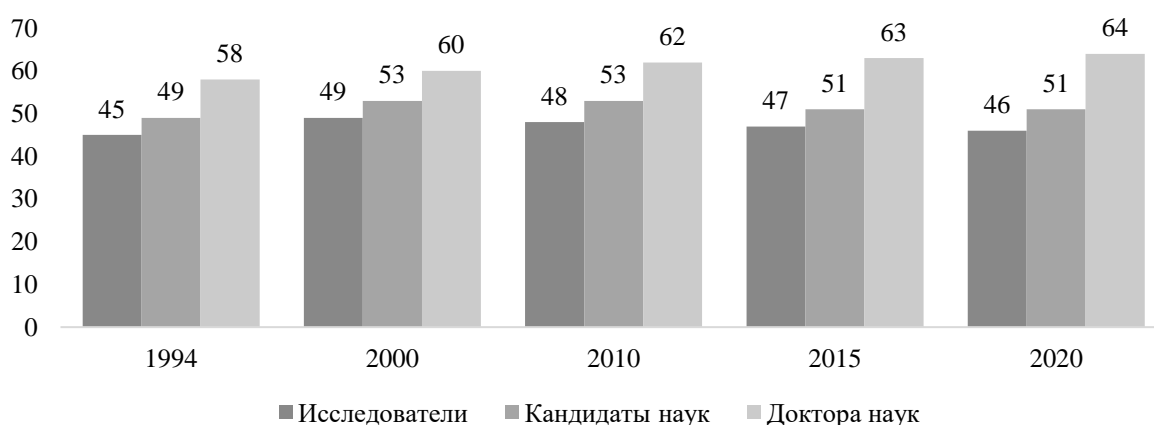


Рис. 2. Средний возраст ученых в России в динамике [4]

Научный статус. Анализ качественного состава молодых ученых имеет достаточно скромные показатели, в общей численности исследователей лишь 28,7 % имеют ученую сте-

пень кандидата или доктора наук. В возрастной когорте до 29 лет доля ученых со степенью кандидата наук сократилась за исследуемый период с 2,7 % до 2,4 %. Рассматривая научный статус доктора наук в возрасте до 29 лет в динамике изменений нет, однако следует отметить, что данный феномен (наличие научного статуса доктора наук до 29 лет) скорее исключение и носит единичный характер, поэтому особое внимание следует обратить на возрастную когорту 30–39 лет, где ситуация остаётся неизменной и 40–49 лет, где наблюдается отрицательная динамика сокращения численности с 14,1 % до 9,8 % за исследуемый период (табл. 1).

Таблица 1

Возрастная структура и научный статус исследователей в России, % [4]

Возраст	Кандидаты наук		Доктора наук		Исследователи	
	2010	2020	2010	2020	2010	2020
до 29 лет включительно	5,6	2,3	0,2	0,2	19,3	16,3
30–39	19,4	27,3	2,4	2,1	16,2	27,9
40–49	15,5	23,3	8,9	10,1	14,7	17,3
50–59	24,0	15,6	26,9	16,7	24,0	14,1
60–69	20,4	17,5	29,8	32,2	16,5	14,9
Старше 70 лет	15,0	14,0	32,7	38,7	9,3	9,4

Анализируя возрастную структуру в соотношении с профессиональным (научным) статусом, можно выделить ядро группы молодых ученых, которая составляют кандидаты наук в возрасте 30–39 лет, которые уже обладают относительно устойчивыми социально-профессиональными позициями и социально значимыми признаками.

Оплата труда исследователей и финансирование научных исследований.

Низкий приток молодежи в научную сферу связывают с низким уровнем оплаты труда. Однако, если анализировать статистические данные в среднем по России, с 2013 года то уровень заработной платы научных сотрудников до 2018 года отмечается быстрым ростом и превышает среднюю по экономике в 2,7 раза. После указанного периода динамика роста заработной платы снижается (рис. 3).

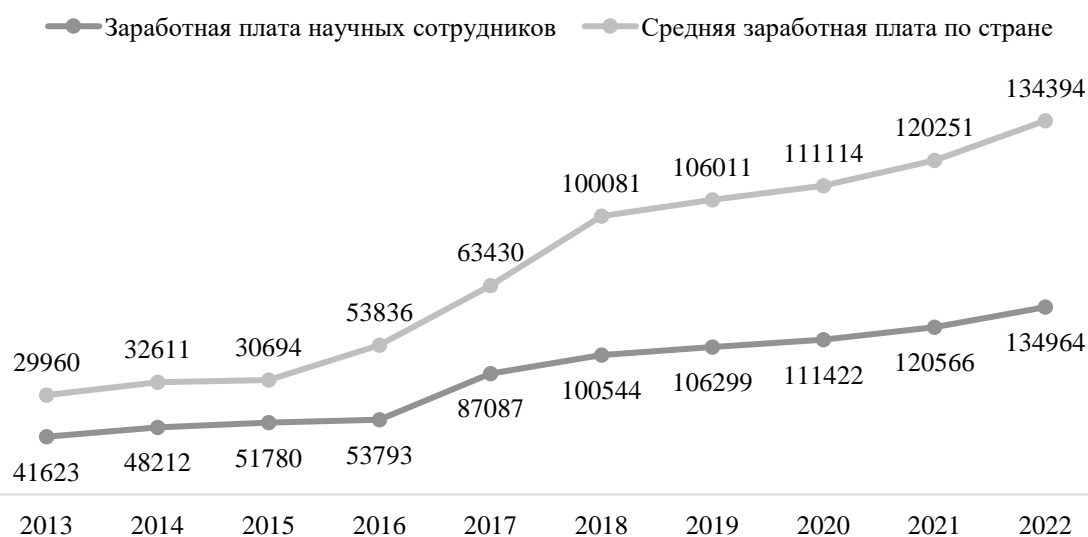


Рис. 3. Динамика заработной платы научных сотрудников [5]

Следует отметить, что уровень заработной платы научных сотрудников может сильно контрастировать не только от средней заработной платы по России и в регионе, но и в зависимости от статуса организации. Например, заработная плата научных сотрудников в организациях, реализующих программы высшего образования в 2021 году, составила 145,5 тыс. рублей, а в научных организациях, осуществляющих научные исследования и разработки за указанный период – 114,9 тыс. рублей [6]. Самый низкий уровень заработной платы научных сотрудников в 2022 году зафиксирован в Республике Дагестан (53 420 руб.) и Республике Калмыкия (55 851 рублей) [5].

Следует отметить, что приведенные статистические данные не сегментируют уровень оплаты труда по возрасту. Учитывая, что мы анализируем группу молодых ученых, то достаточно сложно определить уровень оплаты труда исследуемой группы. Карьерный путь молодого ученого начинается со ставок младшего научного сотрудника или ассистента, где уровень оплаты труда не высок и также зависит от региона и статуса организации. Следует обратить внимание, что карьера в науке и достижение материального благосостояния пролонгированы во времени. Данные исследований определили следующие стадии карьерного роста в науке: научное становление – 10 лет, достижение научного признания – 15 лет, достижение статуса руководителя – 15 лет, достижение достойной оплаты труда – 15 лет. В совокупности ожидаемые карьерные достижения исследователей наступают к 40–42 годам. Так же было установлено, что технические и естественнонаучные отрасли требуют более длительных временных затрат на выстраивание карьеры [7, с. 36].

Система финансирования российской науки осуществляется по нескольким каналам: прямое государственное финансирование (государственное задание – прямое финансирование тематических исследований по направлениям), федеральные целевые программы (по средствам конкурсных процедур) и средства институциональных грантодателей – научных фондов, финансируемых государством (например, РФФ). Инструменты финансовой поддержки талантливой молодежи в научной инновационной деятельности реализуется на конкурсной основе: государственными и президентскими премиями, правительственными и президентскими стипендиями, президентскими грантами, а также грантами фондов поддержки научной, научно-технической и инновационной деятельности.

Численность стипендиатов и грантополучателей в возрасте до 39 лет, ключевых научных фондов в том числе стипендий и грантов Президента РФ в 2014–2018 годах составил 61,7 % [8, с. 10]. Максимальный объем финансирования молодых исследователей до 39 лет, поддержанных Советом по грантам Президента РФ, был выделен в 2021 году и составил чуть менее 1 000,9 млн рублей [8, с. 20] в этом же году фиксируется и максимальная численность участников-молодых ученых – 1 921 человек. Регионами лидерами по объему финансирования стипендиатов и грантополучателей поддержанных Советам по грантам Президента РФ в 2021 году стали Москва (245,8 млн рублей и 472 победителя), Санкт-Петербург (117,6 млн рублей и 235 победителей), Новосибирская область (61,2 млн рублей и 147 победителей) Томская область (60,2 млн рублей и 139 победителей) Республика Татарстан (45,9 млн рублей и 101 победитель) [8, с. 22].

Ключевыми фондами поддержки научно-технической и инновационной деятельности является РФФ (до реорганизации в 2022 году) и РФФИ. Которыми было выделено 41,4 млрд руб. на поддержку 39,7 тыс. проектов [9, с. 24]. В рамках грантов Президента РФ было выделено более 300 млн рублей на 460 научных проектов [10].

Финансовую поддержку молодым исследователям оказывает так же Фонд «Сколково», ряд конкурсов которого направлен на поддержку стартапов (например, программы «Навигатор инноватора» (в 2019 году одобрено 720 заявок из 1 563); «Матмоделирование в фармацевтике» (одобрено 33 заявки из 154) [11, с. 69].

Престижность. Особого внимания заслуживает фактор «престижности научного труда». К сожалению, престижность сферы науки в российском обществе последние десятилетия находится в самом низу рейтинговой таблицы. Рейтинг престижных профессий в оценках молодежи в возрасте от 18 до 24 лет возглавляют работники медицинской сферы

(32 %), юриспруденции (20 %), специалисты в области информационных технологий (16 %) [12]. Формирование престижности профессии в российском обществе достаточно противоречивый феномен. Существует определенное противоречие между общественным запросом и личными ожиданиями молодежи, делающей профессиональный выбор. В первую очередь престижность профессии определяется ее уровнем доходности, так профессия ученого в силу невысокого уровня оплаты труда и пролонгированной карьеры во времени не попадает в категорию престижных профессий. Однако за последние годы выбор профессии молодежью стал более осознанным. При выборе профессии молодые люди руководствуются собственными увлечениями и интересами (48 %) и в меньшей степени размером оплаты труда (23 %) [13]. По данным ВЦИОМ (данные за 2021 год) престиж профессии ученого в обществе вырос: абсолютное согласие высказали 15 %, скорее согласны с данным утверждением 44 % россиян [14]. Положительно оценивают выбор своих детей стать учеными 86 % родителей.

Проблема престижности профессии ученого в российском обществе меняет свой вектор в иную сторону. Во многом данный феномен результат реализации государственной политики, направленной на повышение престижности профессии ученого в обществе и особенно среди молодежи. Немаловажную в данном процессе имеют роль мероприятия, реализуемые в рамках Десятилетия науки.

Самооценка. Анализ самооценки молодых ученых производился на основании расчета интегрального индекса, значения которого интерпретируется следующим образом: значение «-1» минимальный уровень удовлетворенности, значение «1» – максимальный уровень удовлетворенности. Молодые ученые в самооценке социально-профессиональных аспектах более всего удовлетворены кругом общения и окружением (I_y 0,65), профессиональным выбором (I_y 0,51), реализацией профессионального потенциала и социальным статусом (I_y 0,25). Что свидетельствует об абсолютно осознанном выборе своей профессии, ориентируются на собственные устремления и способности. Однако неудовлетворенность инфраструктурным ($I_y - 0,13$) и материальным (I_y 0,03) обеспечениями являются основными триггерами выхода из карьеры ученого (табл. 3). Несмотря на то, что выбор карьеры ученого обусловлен в большей мере стремлением к самореализации и творческого развития, данные факторы не являются гарантией дальнейшего закрепления молодых ученых в профессии.

Таблица 2

Индекс удовлетворенности молодыми учеными различными социально-профессиональными аспектами

Социально-профессиональные аспекты	Индекс удовлетворенности (I_y)
Материальная обеспеченность	0,03
Социальный статус	0,25
Профессиональный статус	0,2
Профессиональный выбор	0,51
Реализация профессионального потенциала	0,25
Круг общения, окружение	0,64
Инфраструктурное обеспечение	- 0,13
Жизнь в целом	0,37

Барьеры реализации исследовательской карьеры. Основными барьерами в реализации профессии ученого молодые исследователи считают материальные проблемы (33,6 %). Несмотря на фиксируемый статистикой высокий уровень оплаты труда научных сотрудников, молодые ученые материальную составляющую выдвигают на первое место. Уже было отмечено, что статистические данные не дифференцируют заработную плату ученых по возрасту и занимаемой должности. Уровень оплаты труда во многом зависит от региона, организации

(научно-исследовательские организации или вуз), ее статуса, доли ставки, участия в финансируемых научных проектах (грантах), выполнение критериев по эффективному контракту и т. д. В связи с чем уровень оплаты труда продолжает возглавлять рейтинг барьеров реализации карьеры ученого.

В качестве барьера молодые ученые отметили недостаточный уровень профессиональной квалификации для реализации научных проектов (25,1 %), что актуализирует проблемы постпрофессионального образования.

Актуальными являются проблемы, связанные с трудоустройством в передовые научные коллективы (11,3 %). Отечественная специфика трудоустройства научно-педагогических сотрудников характеризуется внутренним наймом, когда аспирантам кафедры (лаборатории, отдела) открыт путь для трудоустройства на своей выпускающей кафедре. Совсем иначе обстоит дело с трудоустройством аспирантов или научных сотрудников из вне.

Замыкают рейтинговую таблицу барьеры, связанные личностными взаимоотношениями в коллективе и вопросами личной самореализации (табл. 3).

Таблица 3

Барьеры, препятствующие реализации карьеры ученого, в % от всех ответивших

Барьеры	%
Материальные проблемы (нестабильный доход, низкая оплата труда)	33,6
Недостаточный уровень научной квалификации, знаний для реализации задуманного, достижения успеха в научной деятельности	25,1
Проблемы успешного трудоустройства (трудоустройство в передовую лабораторию, коллектив научной школы, кафедры активно занимающиеся научными разработками, участие в грантовой деятельности и т. д.)	11,3
Ограниченные возможности профессиональной карьеры	11,1
Ограниченные возможности участия в научных мероприятиях (формах, конференциях различного уровня, стажировках, грантах)	9,2
Ограниченные возможности творческой самореализации в профессиональной деятельности	5,4
Конфликты на работе, сложности в отношениях с руководством или коллегами	4,3

Выводы. Проводимые реформы по оптимизации науки на протяжении 90-х – 2000 годов не учитывали, что процесс воспроизводства научных кадров это сложный, инерционный и многозвеньевой процесс, отклонение от которого будет иметь негативное влияние на протяжении длительного времени, результаты которого сказываются на воспроизводственном процессе сегодня. Реализуемые активные государственные меры (с середины 2000 годов) по стабилизации численной и возрастной структуры научных кадров не дают ожидаемого эффекта. Меры дифференцированы в региональном срезе и социальный статус молодых ученых может сильно отличаться от среднестатистического по стране (в первую очередь это касается уровня заработной платы). Финансирование научных исследований как источник материальной стабильности молодых ученых, имеет ограничительные моменты, связанные с двумя аспектами: первый – инфраструктурная и профессиональная дифференциация в региональном срезе (о чем свидетельствует рейтинг регионов лидеров по количеству и объему финансирования молодёжной науки, который возглавляют столичные регионы). Второй связан с отсутствием закреплённого правового статуса молодых ученых в правовых документах, что порождает понятийную и критериальную вариацию определения молодых ученых и необоснованно ограничивает право участия молодых ученых в различных конкурсных мероприятиях.

Литература

1. Доклад «О реализации государственной научно-технической политики в Российской Федерации и важнейших научных достижениях, полученных российскими учеными в 2020 году». Утвержден решением общего собрания РАН от 20–21 апреля 2021 года. – М, 2021. – 186 с.
2. Свидетельство о государственной регистрации базы данных № 2022623461 Российская Федерация. «Результаты социологического исследования "Молодые ученые Юга России: ценностно-поведенческое измерение профессиональных установок"»: № 2022623436: заявл. 07.12.2022: опубл. 15.12.2022 / О.С. Иванченко; заявитель Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Российский государственный политехнический университет имени М.И. Платова».
3. Иванченко О.С. Статус молодого учёного: между государственным приоритетом и неопределённостью // Управление наукой: теория и практика. – 2023. – Т. 5. – № 1. – С.74–85.
4. Гохберг Л.М. Индикаторы науки: 2020: статистический сборник / Л.М. Гохберг, К.А. Дитковский, Е.И. Евневич. – М.: НИУ ВШЭ, 2020. – 337 с.
5. Сайт Росстата. – URL: <https://rosstat.gov.ru/515> (дата обращения: 14.04.2023).
6. Демьянова А.В., Поктовский С.И., Рыжикова С.А. Заработная плата научных сотрудников: динамика до и после «майских указов». – URL: <https://issek.hse.ru/news/673357031.-html?ysclid=lg0opgkyne242307834> (дата обращения: 10.04.2023).
7. Ключарев Г.А., Попов М.С., Савинков В.И. Образование, наука и бизнес: новые грани взаимодействия. – М.: Институт социологии РАН, 2017. – 488 с.
8. Грузинова Е.Н. Гусев А.С. Ильина И.Е., Фадеева И.М., Кукин Р.Ю., Селеверстова И.В. Грантовая и стипендиальная поддержка молодых исследователей в России. – М.: IMG PRINT, 2021. – 52 с.
9. Отчет о деятельности Российского фонда фундаментальных исследований в 2018 году. – URL: https://www.rfbr.ru/rffi/ru/documents/n_770 (дата обращения: 10.04.2023).
10. Официальный сайт Министерства науки и высшего образования Российской Федерации. – URL: https://minobrnauki.gov.ru/ru/press-center/card/?id_4=2856 (дата обращения: 14.04.2023).
11. Годовой отчет Фонда Сколково за 2019 год. – URL: https://old.sk.ru/foundation/_results/annual_reports_ru/ (дата обращения: 14.04.2023).
12. Аналитический обзор ВЦИОМ «Престижные профессии: вчера, сегодня...завтра?» от 11.01.2022. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/prestizhnye-professii-vchera-segodnja-zavtra?ysclid=lfm7osgjj0380327469> (Дата обращения: 17.04.2023).
13. Федоров В. Российская молодёжь: перспективы, образование и эмиграция. – URL: https://wciom.ru/fileadmin/user_upload/202303_VV_Fedorov_Rossiiskaja_molodezh_КЕИФ.pdf (дата обращения: 17.04.2023).
14. Федоров В. Состояние российской науки в контексте социологических исследований. – URL: https://wciom.ru/fileadmin/user_upload/presentations/2021/Nauka_Tekhnoprom_FINAL.pdf. (дата обращения: 17.04.2023).

ПЕРСПЕКТИВЫ ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ

Козлова Виктория Александровна

Алтайский государственный университет, Барнаул, Россия

Аннотация. В статье рассматривается развитие рынка онлайн-образования в России, преимущества и недостатки дистанционного обучения, основные и потенциальные потребители, их основания при выборе курсов, изменения на рынке образования в 2021 и новые тенденции 2022 года.

Ключевые слова: онлайн-образование, онлайн-платформы, дистанционное образование, онлайн курсы, дистанционное обучение.

Онлайн-образование – новый и перспективно развивающийся вид получения образования, квалификации, специальных знаний и навыков, не предполагающий непосредственного взаимодействия студента и преподавателя. Вместо этого предоставляющий возможность учиться из любой точки мира, использовать различные онлайн-инструменты для разнообразных задач.

Исследований по онлайн-образованию существует достаточно мало. Бичеев М.А. и Доронина И.В. рассматривали особенности получения скиллов [1], Л. Костюк и И.С. Левин рассмотрели технологии, предложили новые решения на основе применения смешанных диагностических тестов [2], А.Б. Бизунков, Г.И. Пиловец [3] рассматривали экспорт образования на примере республики Беларусь. Не прекращаются дискуссии о контроле за качеством образования, о достоинствах и недостатках онлайн-образования [4].

До периода пандемии рынок онлайн-образования в России находился только на этапе своего становления и развития, онлайн-курсы рассматривались лишь средством получения дополнительного образования. Выбор этого формата обучения объяснялся тем, что для студентов или работающих людей дистанционные курсы удобно совмещать с учебой или работой. Большинство потребителей образовательных услуг отдавали предпочтение посещению аудиторных занятий, а непосредственные взаимодействия с преподавателями связывались с возможностью получения более качественного образования. Конечно, эта тенденция сохраняется и до сих пор, но нельзя не отметить определенные сдвиги, которые произошли за последние годы.

Любой кризисный период вызывает страхи, опасения, но еще и непосредственные изменения. Это отразилось и на рынке образовательных услуг. Пандемия выступила мощным толчком для популяризации онлайн-образования. В период коронавирусной инфекции невозможность проведения оффлайн мероприятий, посещения вузов или работы способствовали ускоренному развитию и распространению онлайн-образования.

Многие люди потеряли работу, кто-то перешел на дистанционный формат работы, были и те, кого не устроили такие условия труда. Немало специалистов задумались о смене профессии или вообще сферы деятельности. В противовес этому, было достаточно случаев, когда многим специалистам наоборот понравился вариант работы из дома без необходимости каждодневного нахождения в офисе, трат денег и времени, чтобы добираться на работу. В связи с таким неустойчивым положением спрос на онлайн-образование значительно вырос, а дистанционные площадки стали предлагать помимо возможностей освоить новую квалификацию, еще и различные коучи, менторскую поддержку, на большинстве сайтов при выборе программ или курсов обучения можно найти бесплатные тесты по профориентации, консультирующих чат-ботов и так далее.

С распространением пандемии повысилось влияние и ценность дистанционного обучения. На сегодняшний день статус онлайн-образования значительно увеличился и теперь, обретая некую независимость, дистанционное образование считается полноценным способом получения специальности. Те, кто раньше относились к такому формату скептически, осознали, что он действительно работает и имеет много плюсов.

В первую очередь, это гибкий график работы: онлайн-образование вписывается в повседневную жизнь намного проще и удобней, особенно если человек уже имеет определенную занятость. Во-вторых, онлайн-обучение становится более качественным. Это легко можно объяснить тем, что при росте спроса на данные образовательные услуги, закономерно возросло и предложение на рынке труда. Конкуренция среди различных образовательных платформ начала резко набирать обороты. Для привлечения потенциальных клиентов онлайн-платформы не могли остаться на прежнем уровне развития.

На сегодняшний день для всех этапов от завлечения клиентов, поступления на курсы и прохождению обучения стартапы все больше инвестируют в R&D, дизайн платформ и методики обучения. Одним из успешных внедрений онлайн-школ является включение геймификации в образовательный процесс, игровые механики отлично показывают свою эффек-

тивность. Постепенно меняется и траектория карьеры, удаленная работа набирает популярность, должностные обязанности становятся гибкими, куда важнее обладание специальными навыками, в этом помогают образовательные программы обучающие soft skills (гибким навыкам).

С развитием онлайн-образования появляется возможность выбора большого многообразия курсов (удаленных или гибридных, краткосрочных или долгосрочных, осуществляющихся в реальном времени или с возможностью самому выбирать время обучения) по различным направлениям. Помимо курсов, онлайн-школы предлагают получение профессии благодаря которому можно полностью освоить новую специальность с нуля, собрать портфолио, подготовить резюме и найти работу.

В начале своего пути подавляющее число программ обучения относилось к сфере IT. Конечно, и сегодня эта сфера является наиболее популярной у учащихся, связано это как с форматом обучения, так и с возможностью во многих случаях в дальнейшем трудоустроиться на удаленный формат работы. Тем не менее, набирает обороты новая тенденция – появление образовательных курсов по естественно-научным, гуманитарным, психологическим и другим направлениям. В топе профессий сегодня находятся менеджмент, маркетинг, управление, дизайн, аналитика, финансы, психология, маркетплейсы, английский язык. Убедиться в этом можно посмотрев каталог любого сайта онлайн-школ. Таким образом, разнообразие программ EdTech сферы в будущем будет только увеличиваться и вскоре для любой специальности каждый человек сможет найти подходящий курс.

Чтобы потенциальные студенты видели перспективы в онлайн-обучении, важно дать им на практике увидеть, как применяются полученные знания. Для этого разрабатываются комбинированные курсы, которые включают не только теоретическую часть, но и практическую. Причем большей популярностью в интернете пользуются образовательные проекты, в которых соотношение теории и практики – 30/70 [5].

Сегодня в топ лучших образовательных онлайн-платформ входят такие сервисы, как Skillbox, Нетология, Geekbrains, Skupro, Яндекс Практикум, Talentsy, Среда Обучения, Eduson, ЕШКО, Открытое Образование. Рассмотреть, насколько качественное образование предоставляют представители онлайн-школ можно на примере образовательной платформы Skillbox [6].

Skillbox это № 1 по качеству обучения (по версии Smart Ranking). Была основана только в 2017 году, тем не менее за такой малый промежуток времени сумела войти и возглавить топ образовательных платформ России. Более 500 образовательных программ и более 400 тысяч пользователей говорят о мощном потенциале таких интернет-компаний. Обучение осуществляется по программированию, маркетингу, дизайну, управлению и разработке игр. Для записи на курсы не требуются специальные знания, а по окончании курсов помимо серьезного практического опыта, студент получает портфолио и документ государственного образца.

Для поддержания таких высоких показателей любая онлайн-школа стремится предоставить свои несравнимые преимущества обучения именно у них. Помимо вышеназванных курсов и профессий, сейчас активное развитие получают сетевые бакалавриаты и магистратуры, которые онлайн-школы предоставляют на основе сотрудничества с университетами. В рамках получения высшего образования Skillbox предоставляет студентам различные бонусы, как при очном обучении: отсрочка от армии, льготы и возможность оформить налоговый вычет. Еще одним преимуществом являются стажировки, предоставляемые студентам, которые они проходят в крупных компаниях, сотрудничающих со Skillbox. Среди главных компаний-партнеров выделяются Мегафон, МТС, Альфа Банк, Сбербанк, Яндекс, Ламблер, Microsoft, Lamoda и многие другие. Как и сами семинары, воркшопы, лабораторные занятия, осуществляющиеся на реальных задачах, стажировки являются очень практико-ориентированными. В результате студенты получают карьерные консультации и помощь в подготовке резюме. А лучшим студентам даются рекомендации для работодателей.

Количество совместных проектов вузов с негосударственными платформами – настоящий тренд, который начиная с 2021 года будет всё больше развиваться. Вообще многие крупные компании, такие как ПАО «Газпром», ГП «Росатом», ПАО «Сбербанк», ПАО АК «Алроса», ПАО «Полюс», ПАО «Ростелеком», ПАО «НК Роснефть» и другие корпорации, формируют у себя целые подразделения по переквалификации персонала, выращивая собственных квалифицированных специалистов. Начатое крупнейшими предприятиями взаимодействие с образовательными организациями, сейчас активно подхватывают масс-медиа, развлекательные сервисы и сложно предположить, что же будет дальше.

Таким образом, наблюдается еще одна новая тенденция, когда крупные корпорации стремятся сотрудничать не только с ведущими вузами страны для привлечения в свои ряды талантливых студентов, но и с онлайн-школами, в возможности, обучения профессиональным компетенциям, которых они не сомневаются.

Так, для исследования российского рынка онлайн-образования за 2022 год с сайта Нетологии было запрошено исследование, проведенное редакцией Медиа Нетологии совместно с исследовательской компанией Data Insight и другими партнёрами исследования (TalentTech, Yoloco, eLearning center (elc)) [7]. В проведенном исследовании изучался рынок онлайн-образования, его основные и потенциальные потребители, их мотивы при выборе курсов, достоинства и недостатки дистанционного обучения, изменения на рынке образования в 2021 и новые тенденции 2022 года.

Методикой исследования выступили: во-первых, репрезентативные телефонные опросы граждан России в возрасте с 18 до 64 лет для изучения количества обучающихся офлайн и онлайн и их материальных затрат на обучение; во-вторых, онлайн-опросы граждан, которые проходили или только собираются проходить онлайн-курсы. В первом случае объем выборки составил 1600 анкет, во втором 2564.

Потребители онлайн-образования различаются по социально-демографическим характеристикам. Женщины в большей степени (61,1 %) выбирают онлайн-площадки для обучения нежели мужчины (38,9 %).

Люди в возрасте 35–44 лет являются главными потребителями услуг дистанционного образования (28,2 %), четвертая часть опрошенных (25,1 %) относится к категории 25–34 лет, на третьем месте возрастная группа 45–54 лет (19,8 %), меньше всего обучающихся приходится на возраста 18–24 года (13,7 %) и старше 55 лет (13,2 %). По уровню образования больше половины респондентов (55,9 %) имеют незаконченное высшее или высшее образование, пятая часть (20,7 %) имеет среднее специальное образование и 13,9 % выбирающих дистанционное обучение обладают двумя или более дипломами о высшем образовании.

Таблица 1

Укажите Ваше образование

№	Образование	Процент обучающихся
1	начальное или ниже	0,7
2	неполное среднее	3,4
3	среднее	5,5
4	среднее специальное	20,7
5	незаконченное высшее и высшее	55,9
6	два и более высших, учёная степень	13,9

Таким образом, основные потребители онлайн-образования – люди довольно взрослого возраста с высоким уровнем образования.

Можно заметить возникновение новых тенденций характерных для рынка онлайн-образования в 2021 году. Так, дистанционно обучались 18 млн человек против 12 млн, отдавших предпочтение очному формату обучения. Затраты на удаленное обучение составили

226 млрд рублей, что также превосходит обучение офлайн (214 млрд рублей). То есть, 2021 год стал знаменательным для развития онлайн-образования впервые превысив очное обучение по затратам и количеству человек.

Для традиционного процесса обучения самыми востребованными сферами были производство, строительство, ремонт и IT-профессии, маркетинг. Самыми популярными направлениями для онлайн-образования оказались IT-профессии и профессии в сфере образования.

Изучая, где учились респонденты, более половины опрошенных (57,5 %) проходили обучение в онлайн-школах общего или узконаправленного характера, денежные затраты на которые составили 31 миллиардов рублей, а примерно третья часть (29,4 %) обучалась на онлайн-курсах блогеров или экспертов с тратами в 27 млрд.

В качестве ответов на вопрос где именно они обучались для подавляющего большинства (68 %) это были курсы дополнительного образования от вузов и методических центров, примерно четвертая часть (23 %) выбирают платформы с размещенными онлайн-курсами, 9 % респондентов отмечают другие источники (социальные сети, видеохостинги и т. д.).



Рис. 1. Где именно респонденты проходили обучение

В качестве причин, побудивших обратиться к дополнительному онлайн-образованию, выделяется желание профессионального развития: освоения новой профессии, развития навыков в текущей позиции, приобретения навыков руководителя или создания бизнес.

Главные плюсы, которые потребители видят в онлайн-обучении, – возможность учиться в удобное время (53,1 %) и из любой точки мира (39,7 %), экономия времени и денег (31,9 %). В меньшей степени респондентам важны возможность настроить интенсивность обучения (15,3 %) и доступ к программам из других городов или стран (16,2 %). Всего 1,3 % респондентов не видят преимуществ в онлайн-обучении.

Среди проблем онлайн-образования потребителей чаще всего беспокоят технические сбои (36 %), отсутствие контакта с преподавателем (27 %) и отсутствие мотивации учиться без контроля преподавателя (22,7 %). Среди причин, по которым респонденты предпочитают офлайн-образование, доверие только к определённым офлайновым учебным заведениям (23,5 %) и недоверие к онлайн-курсам (22 %). Также люди предпочитают офлайн, когда курсы, которыми они интересуются, проходят только в офлайн-режиме (20,4 %)

По данным Data Insight, изучая перспективы проникновения онлайн-образования, большинство респондентов (84,6 %) рассматривают вариант обучаться онлайн в будущем, менее десятой части опрошенных (8,8 %) выбирают офлайн-обучение, 3,1 % не планируют в будущем обучаться вообще.

Из тех, кто планирует обучаться онлайн в будущем наибольшее предпочтение респонденты отдают следующим направлениям: иностранным языкам (28,9 %), хобби, творчеству и личному развитию (28,1 %) и IT-профессиям и маркетингу (27,7 %). На ступень ниже

находятся финансы, бухгалтерия и право (22,3 %), красота, спорт и здоровье (21,2 %), менеджмент, предпринимательство и стартапы (20,4 %). Наименее предпочтительные стали отрасли производства, строительства, ремонта (16,1 %), искусство, архитектура и дизайн (15,2 %) и профессии в сфере образования (11,9 %).



Рис. 2. Направления, по которым потребители собираются учиться в будущем

В завершении исследования команда Нетологии собрала экспертные оценки профессионалов в отрасли дистанционного образования по поводу происходящих процессов, а также возникающих и будущих тенденций.

Так, эксперты отмечают если в период пандемии спрос на онлайн-курсы вырос, то после событий конца февраля 2022 года наблюдается обратная тенденция, слушатели стали опасливо относиться к любым дополнительным расходам, несвязанными с первоочередными потребностями. Как итог, практически на всех образовательных порталах наметилось снижение выручки, уменьшение количества слушателей, приходилось даже замораживать некоторые направления. Особенно сильно изменился спрос на обучение в сфере маркетинга или курсов по карьерному росту. Сокращению рынка онлайн-образования поспособствовало уменьшение объема вакансий, массовый отток IT-специалистов за границу и в целом ухудшение экономической ситуации.

Несмотря на это, эксперты отмечают неугасающий интерес к следующим программам: big data, интернет вещей, искусственный интеллект, квантовые технологии, кибербезопасность и защита данных, нейротехнологии, виртуальная и дополненная реальность, программирование и создание IT-продуктов, промышленный дизайн и 3D-моделирование, промышленный интернет, разработка компьютерных игр и мультимедийных приложений, разработка мобильных приложений, сенсорика и компоненты робототехники, технологии управления свойствами биологических объектов, управление, основанное на данных, управление цифровой трансформацией, цифровой дизайн и другие. Ожидается, что спрос на данные программы будет продолжать расти.

Наметились тенденции к выбору более коротких курсов, рассчитанных недели на 3, нежели длинные от 1–2 месяцев, появляется интерес к индивидуальному обучению при сохранении спроса на групповое.

EdTech-проекты, специализирующиеся на образовательных услугах для детей оказались в наиболее выгодной ситуации. Сложившаяся экономическая обстановка не коснулась сферы школьного образования и подготовки к ЕГЭ. Поэтому экспертами дается прогноз

о сохранении стабильно высокого спроса на must have-продукты в онлайн-обучении детей (подготовка к экзаменам, школьная программа) и снижении на развивающие и творческие секции. Повышенное потребление коснется обучения профессиям, востребованным в условиях кризиса, которые можно быстро освоить, так как это позволяет в скором времени получить дополнительный заработок без необходимости ждать год для освоения профессии.

Подводя общий итог, отметим, что к потребителям дистанционных услуг относятся люди самых разных возрастов, но преобладающее большинство с высшим образованием. Практики сотрудничества населения с онлайн-образованием растут с каждым годом, следствием этого является более осмотрительным выбор потребителями онлайн-площадок и курсов обучения, повышение требований к ним и возрастание конкурентности между дистанционными площадками. Для рынка это благоприятные условия, потому что качество образовательных услуг растёт, а некачественные курсы теряют спрос. Сейчас перед онлайн-школами стоит вызов — менять свои продукты, улучшать качество материалов и образовательной среды, чтобы сохранять рыночные позиции.

Литература

1. Бичеев М.А., Доронина И.В. Скилл-обучение в режиме онлайн: новый вызов профессиональному образованию в России / М.А. Бичеев, И.В. Доронина // *Философия образования*. – 2012. – № 6 (45). – С. 258–262.
2. Костюк Ю.Л., Левин И.С., Фукс А.Л., Фукс И.Л., Янковская А.Е. Массовые открытые онлайн курсы – современная концепция в образовании и обучении / Ю.Л. Костюк и др. // *Вестник Томского государственного университета. Управление, вычислительная техника и информатика*. – 2014. – № 1 (26). – С. 89–98.
3. Бизунков А.Б., Пиловец Г.И. Экспорт образовательных услуг и контроль качества образования / Материалы республиканской научно-практической конференции, посвященной 25-летию кафедры географии ВГУ имени П.М. Машерова (Витебск, 27 ноября 2015 г.). – Витебск, 2015. – С. 125–128.
4. Макарова М.В. Перспективы онлайн-образования в России // *Современное образование*. – 2020. – № 2. – С. 59–70.
5. Официальный сайт «Медиа Нетологии». – URL: <https://360-media.ru/blog/online-shkoly/perspektivu-onlajn-obucheniya/> (дата обращения: 28.03.2023).
6. Официальный сайт «Skillbox». – URL: <https://skillbox.ru/> (дата обращения: 20.04.2023).
7. Исследование российского рынка онлайн-образования: построение EdTech-экосистем, усиление роли государства, выход на международный рынок. – URL: <https://netology.ru/blog/06-2022-edtech-research> (дата обращения: 20.03.2023).

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ СТУДЕНТОВ ВУЗА В ПРОЦЕССЕ УЧЕБЫ

Култышева Анастасия Андреевна

*Уральский федеральный университет имени первого президента России Б.Н. Ельцина,
Екатеринбург, Россия*

Аннотация. Актуальность изучения профессионального развития состоит в том, что в среде изменений высшего образования и появления альтернативных способов получения профессиональных знаний и навыков отношение студентов к важности высшего образования меняется. Мы изучили цели студентов, их мнение о необходимых элементах профессионального развития, предпринимаемые действия для успешной учебы и получения профессиональных компетенций, чтобы выяснить, к чему стремятся студенты и какие средства получения знаний наиболее эффективны.

Ключевые слова. Студенческая молодежь, профессиональное развитие студентов, целеполагание, цели студентов, образование, трудоустройство студентов, трудности профессионального развития.

Профессиональное развитие студентов в современном мире отличается динамичностью образовательной среды, появлением большого количества как возможностей, так и трудностей.

Профессиональное развитие студентов во время учебы в вузе заключается в изучении теоретической основы специальности, получении практических навыков, участие в научно-исследовательской деятельности, стажировках, конкурсах и олимпиадах. Такая деятельность направлена на развитие профессиональных навыков и дает возможности реализации студенту в своей будущей профессиональной сфере. Также профессиональное развитие ориентировано на развитие активности, приобретения умения самостоятельно принимать решения и умения брать и нести ответственность за свои действия и выбор [1].

Получение образования используется студентами в качестве средства для достижения каких-либо жизненных целей [2].

Нами было проведено пилотажное исследование для изучения целей студентов относительно учебы и их дальнейшего профессионального становления, а также трудностей, возникающих в учебе и организации их профессионального развития. Были опрошены студенты 3 курса Уральского федерального университета (30 человек) методом личного интервью.

Согласно результатам нашего исследования, самой часто встречающейся целью у студентов является получение диплома (17 человек). Такая тенденция была выявлена в исследовании А.В. Меренкова, Д.Г. Сандлера и В.С. Шаврина [3]. Студенты реже стремятся получить образование для того, чтобы стать культурным или интеллигентным человеком (3 человека). Кроме получения диплома и желания повысить уровень культуры, студенты стремятся к освоению специальности для того, чтобы стать квалифицированными специалистами (12 человек) и около трети человек хотят найти желаемую работу (11).



Рис. 1. Цели студентов относительно учебы в вузе

Студенты все реже выбирают специальность, исходя из своих способностей. По результатам нашего исследования, 8 человек в качестве одной из целей выбрали развитие своих способностей, но 18 опрошенных считают раскрытие своих способностей к выбранной

профессии необходимым при профессиональном развитии. Таким образом, в процессе учебы большинство студентов осознают важность наличия и развития способностей к специальности, но так как при выборе специальности студенты не имеют четких представлений об их наличии, есть вероятность, что многие из них пойдут работать после окончания вуза не по своей специальности.

В нашем исследовании мы также оценивали самооценку студентов относительно результатов профессионального развития.

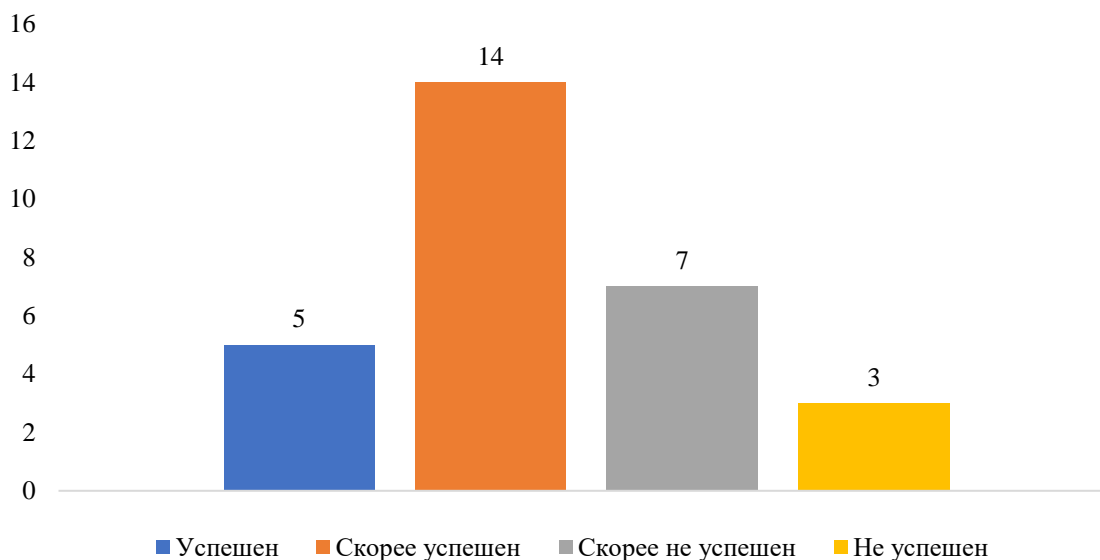


Рис. 2. Оценка студентами успешности своего профессионального развития

Около половины оценили себя как скорее успешных (14 человек), 7 как скорее не успешных, 5 как успешных и 3 как не успешных. Большая часть студентов считают, что их профессиональное развитие проходит более-менее успешно.

Мы выделили категорию студентов, которые не считают свое профессиональное развитие успешным. Причина в том, что они меньше остальных уделяют внимание изучению теоретических вопросов на лекциях и семинарах и не стремятся в будущем к профессиональному росту. Такие студенты в первую очередь хотят получить диплом, а после планируют обеспечить в будущем карьерный рост.

Среди студентов, считающих свое профессиональное развитие успешным или скорее успешным, основными целями являются становление квалифицированным специалистом и/или желание получить работу, которая нравится. Среди студентов, оценивающих себя как скорее успешных, каждый пятый хочет получить диплом. Данная группа студентов имеет более четкие цели относительно своего будущего, чем те, кто считает себя не успешными. Можно сказать, что чем ниже оценка своего успеха студентом, тем меньше у него стремления к профессиональному развитию.

Мы провели сравнительный анализ результатов нашего исследования с исследованием целеполагания у студентов иностранного вуза, так как молодежь разных стран отличается разными стратегиями поведения после окончания школы.

Согласно данным исследования университета Sanata Dharma студенты во время учебы больше всего ориентированы на развитие академической компетентности [4]. На втором месте по важности выступает социальное и духовное развитие. Будущий успех и техническая достаточность оказались наименее важны для студентов. Для опрошенных нами студентов их будущая карьера имеет большее значение. Основными целями студентов оказались получение диплома (17 человек), становление квалифицированным специалистом (12 человек), получение желаемой работы (11 человек).

Также мы изучили, с какими трудностями сталкиваются студенты в учебе и в организации своего профессионального развития. Одной из часто встречаемых трудностей в учебе оказалась нехватка времени (19 человек). Также около половины студентов отметили трудности в изучении непрофильных предметов (16 человек), и 12 – трудности в сочетании учебы с работой. В организации своего профессионального развития самой распространенной трудностью оказалось освоение практических навыков – она встречается у каждого третьего респондента. Около трети студентов отметили трудности с поиском материалов для самообразования (9 человек). 8 человек сказали, что не испытывали никаких трудностей.

Вне зависимости от полученных навыков большинство опрошенных изучают теоретическую основу специальности (24 человека), многие проходят практики или стажировки (13), одна треть студентов учатся по программам дополнительного образования. Реже студенты занимаются научно-исследовательской деятельностью (7) и участвуют в различных конкурсах, олимпиадах и проектах (3). Две трети студентов отметили, что во время учебы в вузе они получили навык анализа информации и умения ее презентовать. Остальные навыки (умение нести ответственность, получение теоретических знаний, практических навыков, использование теории для реализации практических задач, умение ставить цели и работать в команде) в равной степени встречались у студентов.

Таким образом, среди современных студентов есть тенденция получения высшего образования для того, чтобы впоследствии стать квалифицированным и востребованным специалистом. Студенты, считающие себя более успешными, чаще ставят себя цели выше, чем те, кто считают себя менее успешными. Большая часть студентов видит пользу в получении образования для своего становления квалифицированным специалистом, а также использует дополнительные средства для получения знаний и навыков.

Литература

1. Мотунова Л.Н. Профессиональное развитие студентов как процесс самореализации в образовательной среде вуза / Л. Н. Мотунова // Вестник Воронежского института высоких технологий. – 2020. – № 1 (32). – С. 80–86.
2. Севостьянов Д.А., Калошина Т.Ю., Гайнанова А.Р. Исследование целеполагания современных студентов // Профессиональное образование в современном мире. – 2021. – № 11 (3). – С. 33–41.
3. Меренков А.В., Сандлер Д.Г., Шаврин В.С. Особенности изменений ориентаций выпускников бакалавриата на трудоустройство // Образование и наука. – 2019. – № 21. – С. 116–142.
4. Kristiyani T. Exploring university students' learning goals. – URL: https://www.researchgate.net/publication/339232008_Exploring_University_Students%27_Learning_Goals (дата обращения: 04.03.2023).

СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ: НА ПРИМЕРЕ ПЕРМСКОГО КРАЯ

Лехотина Анастасия Сергеевна

Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь, Россия

Аннотация. В статье представлен анализ социального капитала организации, его теоретические представления. Отражены его элементы: социальные сети, социальные нормы и правила, доверие, функции социального капитала организации. А также представлен анализ социального капитала в организациях Пермского края.

Ключевые слова: социальный капитал, организации, социальный капитал организации, элементы социального капитала организации, социальные сети, нормы и правила, доверие, функции социального капитала организации, анализ социального капитала, связи элементов.

Из основ менеджмента любая организация – это «группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей». В современном мире экономика неотъемлемая часть общества и поэтому большой интерес пришелся на нематериальную форму капитала организации, а именно социальную. Складывается так, что в организации часто не совпадают экономические интересы и корпоративная идентичность вместе с трудовыми ценностями персонала, тем самым создается сложная атмосфера компании для эффективного взаимодействия. Отсюда и складывается интерес к социальному капиталу организации [2, с. 6].

Для организации, социальный капитал – это прежде всего, неформальные взаимодействия работников, где каждый сотрудник рассматривается «как человек социальный». Основной социальный капитал организации, как не сложно догадаться, является кооперация людей, т. е. коллектив и их трудовые отношения [4, с. 34]. Но естественно, что социальный капитал не формируется только из-за того, что появляется какая-то структура, для эффективного социального капитала важен каждый член системы. Также вступая в отношения, работник не является автоматически социализированным в этой структуре, он только является членом группы. Для реализации эффективного социального капитала, новому работнику необходимо вступить во взаимодействие, которое реализуется исходя из теории, через общение, сотрудничество, взаимное доверие, взаимопомощь, самообучение, саморазвитие, установление социальных связей и создание новых структур внутри организации [2, с. 7]. И для поддержания всей этой структуры коллектива, трудовых отношений, социализации работников, базисное формирование социального капитала организации происходит через его элементы: социальные сети, общие нормы, правила и доверие. Рассмотрим каждый элемент отдельно.

Социальные сети – это частота и количество связей. Нам известно, что социальный капитал не возможен без наличия отношений между людьми. Все связи можно поделить на два вида:

- прямые – круг лиц, с которыми актер имеет непосредственные контакты;
- опосредованные – круг лиц, который может быть достижим посредством знакомства с членами первого порядка [5].

Формируются данные связи по-разному, как горизонтально, то есть между работниками одного статуса или ранга, так и по вертикали, между людьми разных должностей [6].

В свою очередь количество прямых связей, определяет эффективность социальных сетей, т.к. работники, имеющие большее количество прямых связей получают преимущество перед относительно изолированными коллегами, поскольку быстрее их получают необходимую помощь и информацию [5].

Нормы и правила – это установки функционирования взаимодействий в организации.

Правила являются неким шаблоном взаимодействия, ведь изходя из них работник вступает в отношения [2]. Говоря о нормах, то они формируются из правил, могут представлять из себя формальный, либо не формальный характер. Нормы неформального характера больше влияют на социальный капитал организации, ведь чем их больше, тем менее напряженная обстановка в компании. Вступая в новый коллектив, работник может либо принять эти нормы, либо не принять, и чаще второй выбор заканчивается увольнением [2].

Доверие – это главный источник социального капитала организации. Доверие является двигателем, запускающим отношения и способствует их поддержанию. Если в организации нет доверия, то возникает напряженная обстановка, возникают конфликты, которые препятствуют передаче информации, тем самым замедляют достижение цели или, вообще, делают ее недостижимой [1].

Рассмотрев элементы, немаловажным является определение, а что же конкретно делает социальный капитал организации, какие у него функции. Для этого рассмотрим основных представителей теории социального капитала: Дж. Колуман, П. Бурдые, Р. Патнэм, Ф. Факуяма. И так, социальный капитал:

- двигатель продуктивности и достижения цели (Коулман) [8, с. 124];
- упрощает действия акторов (Коулман) [8, с. 128];

– повышает прибыльность труда (Бурдые) [3];
повышает эффективность коллективной деятельности, через наличие доверия; (Патнэм, Фукуяма) [9, 10, 11];

через доверие, создает благоприятную обстановку, которая способствует быстрой передаче информации (Патнэм, Фукуяма) [9, 10, 11].

Исходя из этого складывается представление о важности анализа социального капитала организации и исходя из элементов, можем определить на что смотреть при поиске социального капитала в организации. Так на основе теории была выбрана методология измерения социального капитала организации, через его формы, которые имеют следующие виды:

– структурный социальный капитал включает: возможности социальных контактов (обращение за помощью, участие в мероприятиях), интенсивность контактов, их стабильность;

– когнитивный социальный капитал включает: навыки общения работников и систему представлений (что в организации происходит, какие нормы и ценности, идентификация работников);

– реляционный социальный капитал включает: доверие, нормы и установки (может ли работник отказать в помощи и готов ли он принимать решения для общих задач) [7].

Общая характеристика социального капитала в организациях, трудовая ситуация в Пермском крае.

Из теоретических аспектов понимаем, что развитый социальный капитал способствует повышению эффективности организации. Так ли это? Для ответа на вопрос было проведено собственное исследование и проанализированы базы данных.

Для общего представления о том, как складываются взаимодействия в организациях, был осуществлен вторичный анализ базы данных – «Трудовая ситуация в Пермском крае» за 2022 год, число опрошенных – 265 человек. В рамках анализа были поставлены следующие задачи:

1. Проанализировать показатели:

- удовлетворённости работой;
- доверия между сотрудниками;
- ответственности за работу;
- трудовой деятельности.

2. Выявить взаимосвязи между этими показателями;

Для выявления показателя удовлетворенности работой были проанализированы вопросы «В какой степени вас удовлетворяет или не удовлетворяет работа в вашей организации?» и «Если по каким-то причинам работа вас не совсем устраивает, то хотели бы вы уйти на другую работу?».

При частотном распределении было выявлено, что:

- 93 % респондентов удовлетворены работой;
- около 35 % респондентов хотят уйти на другую работу.

При этом, при выявлении связи между этими показателями при помощи корреляции по Спирмену. Было выявлено, что чем меньше респондент удовлетворен работой, тем больше он хочет уйти с нее. Что говорит о важности поддержания социального капитала.

При выявлении показателей доверия были проанализированы вопросы «Как Вы считаете, насколько...»

- коллеги вашего подразделения / отдела заслуживают доверия;
- руководители высшего уровня заслуживают доверия;
- непосредственные руководители вашего подразделения/отдела заслуживают доверия».

И было выявлено, что:

- 94 % респондентов отметили, что коллеги их подразделений заслуживают доверия;
- 89 % респондентов отметили, что руководители высшего звена заслуживают доверия;
- 94 % респондентов отметили, что руководители их подразделений заслуживают доверия.

При изучении показателя ответственности за работу были проанализированы следующие вопросы: «Чувствуете ли вы себя ответственным(ой) за работу всей организации?», «Чувствуете ли вы себя ответственным(ой) за работу своего подразделения/ отдела?», «Чувствуете ли вы себя ответственным(ой) за свою работу?».

И при помощи частотных распределений было выявлено, что:

- 79 % респондентов скорее чувствуют ответственность за работу всей организации;
- 87 % респондентов скорее чувствуют ответственность за работу своего подразделения;
- 97 % респондентов скорее чувствуют ответственность за свою работу.

Для выявления показателей трудовой деятельности были проанализированы ответы на высказывания: «Я работаю в полной мере своих сил и способностей», «Я не стремлюсь добиваться лучших результатов в своей работе».

И при помощи частотного распределения было выявлено, что:

- 99 % респондентов согласны с тем, что они работают в полной мере своих сил и способностей
- 39 % респондентов согласны с тем, что они не стремятся добиваться лучших результатов в своей работе

При поиске взаимосвязи была обнаружена статистически значимая связь между показателями доверия и удовлетворенностью работой. Чем выше доверие к руководителям, тем выше удовлетворенность работой. Что говорит о важности повышения показателей доверия.

При использовании корреляции по Спирмену было обнаружено, что чем больше сотрудник доверяет руководителю своего подразделения, тем выше его ответственность за работу подразделения. Аналогичная ситуация и с руководителями высшего звена, чем выше доверие к руководителям данной категории, тем выше ответственность за работу всей организации. Что говорит о важности развития показателей социального капитала организации, а именно доверия, так как повышается ответственность за работу.

При поиске взаимосвязи при помощи корреляции по Спирмену была обнаружена статистически значимая связь. И обнаружено, что:

- чем больше респондент не стремится добиваться лучших результатов в работе, тем больше он не удовлетворен работой.
- чем больше респондент стремится достичь лучших результатов, тем больше он доверяет своему руководству (высшего звена и подразделения)

Что говорит о том, что удовлетворенность работой влияет на стремление добиваться лучших результатов в работе. А также о важности повышения доверия между руководителями и сотрудниками, дабы достигать в работе лучших результатов.

Таким образом было выявлено, большинство работников удовлетворены своей работой при этом показатели удовлетворенности работой взаимосвязаны между собой. Что говорит о важности проработки всех аспектов работы для улучшения общей картины социального капитала организации.

Если говорить о доверии, то выявлено, что большинство работников доверяют своим коллегам и своему руководству. При этом обнаружена связь между удовлетворенностью работой и доверием сотрудник к своим коллегам и руководителям, что говорит о влиянии социального капитала организации на удовлетворенность работой.

Если же говорить о другом элементе социального капитала – системе представлений, то обнаружено, что у большинства работников крепкая система представлений, а именно высокое чувство ответственности за работу и высокий уровень трудовой деятельности. При этом выявлена связь между удовлетворенностью работой и стремлением добиваться лучших результатов в работе, так чем больше респондент стремится добиваться лучших результатов в работе, тем больше он удовлетворен работой. Это говорит о том, что социальный капитал организации повышает экономические показатели, так как стремление добиваться лучших результатов влияет на эффективность организации. Так же обнаружена связь между доверием к руководству и ответственностью за работу, чем больше сотрудник доверяет руководителю, тем выше его ответственность за работу, и обнаружена связь между доверием к руко-

водству и стремлением добиваться лучших результатов, так чем больше сотрудник доверяет своему руководству, тем больше он стремится достичь лучших результатов. Тем самым мы видим важность улучшения показателей социального капитала организации, так как они влияют на эффективность работы.

Так же для определения важности социального капитала организации была разработана собственная программа исследования. Проанализирована компания, оказывающая жилищно-коммунальные услуги, данная организация выбрана не только в качестве примера, но и для удовлетворения исследовательского интереса, как данная организация, будучи источником постоянных социальных конфликтов и постоянного напряжения, оценивает свое внутренне состояние, а именно социальный капитал. Объектом исследования являются работники организации, оказывающей жилищно-коммунальные услуги, в рамках которого предметом являются взаимодействия сотрудников внутри организации в рамках социального капитала. Связано это с тем, что социальный капитал подразумевает качество взаимодействия людей.

Целью исследования является выявить уровень социального капитала в организации оказывающей жилищно-коммунальные услуги. В рамках программы была разработана одна из задач – это проанализировать элементы социального капитала организации.

При помощи стихийной выборки было проведено анкетирование в организации и было собрано 107 анкет.

Так были выявлены базовые показатели элементов социального капитала организации по 100-балльной шкале и получены следующие результаты:

- среднее значение социальных сетей в организации – 60,48 баллов, что свидетельствует о среднем уровне индекса;
- средний уровень индекса социальных норм в организации – 64 балла;
- средний показатель индекса правил в организации – это 73,7 балла;
- средний показатель доверия в организации – 57,1 балл;
- средний показатель индекса социального капитала организации – 63 балла.

Таким образом определен наименьший индекс, который отвечает за доверие и наибольший индекс, который отвечает за правила в организации. Тем самым последовательный анализ индексов позволил узнать более точный причины показателей.

Анализ социальных сетей в организации позволил определить, что низкие показатели обусловлены напряженным отношением среди коллег у 48,5 % работников, а также обусловлены тем, что новые работники еще не влились / или не могут влиться в коллектив и имеют минимальное количество контактов. Также при поиске взаимосвязи эффективности организации и индекса была обнаружена связь, тем самым для более эффективной работы организации ей необходимо повышать индекс социальных сетей. Как следствие, это требует внимания со стороны руководства для улучшения показателей социальных сетей в организации.

Анализ социальных норм и правил позволил определить, что низкие показатели индексов обусловлены тем, что работники мужчины 60+ лет не довольны работой в организации и не готовы для нее работать больше, а у молодых девушек отмечено затруднительное вхождение в коллектив организации. Также низкие показатели у мужчин обусловлены «неидеальными» взаимоотношениями с коллегами и руководством. А при поиске взаимосвязей между эффективностью организации и индексами, обнаружена связь, тем самым для более эффективной работы организации необходимо улучшение показателей индексов социальных норм и правил.

Анализ доверия в организации опять же указала на то, что сотрудники пенсионного возраста отмечают, что не имеют хороших отношений с коллегами и не доверяют работникам организации. А молодые сотрудники указывают на отсутствие уважения и доверительного отношения к ним. Что существенно снизило общий показатель доверия в организации и влияет на эффективность организации.

Также в целом определена связь между эффективностью организации и индексами социального капитала, тем самым, чем больше работники:

- доверяют друг другу;
- готовы помогать друг другу;
- имеют контактов;

Тем выше эффективность организации, что полностью подтверждает теоретические представления.

В итоге, анализ индекса социального капитала организации выявил, что чем больше сотрудник согласен с, тем, что своевременно получает информацию по рабочим вопросам, тем больше сотрудник удовлетворен работой в организации это говорит о важности обращения внимания на своевременное оповещение работников о изменениях в работе организации, так как это влияет на удовлетворенность организацией, а последующий анализ показал, что удовлетворенность работой влияет на оценку эффективности организации. Так же можно отметить, что опять же молодым сотрудникам необходима поддержка со стороны руководства, ведь молодые девушки готовы работать на благо организации, но они не чувствуют уважение к себе от коллег. Так же необходимо работать сотрудниками пред пенсионного и пенсионного возраста, которые не ощущают уважение от коллег к себе и не готовы работать больше для того, чтобы организации процветала.

Таким образом, социальный капитал организации – это неформальные взаимодействия работников, где каждый сотрудник рассматривается «как человек социальный», которые способствуют повышению эффективности организации, и выражен он через социальные сети, нормы и правила и доверие.

В целом, произведенный анализ собственного исследования и вторичной базы данных показал важность анализа и последующего развития социального капитала организации. Так были обнаружена важная связь между эффективностью организации и позитивными оценочными ответами респондентов. Так отмечено:

- чем больше сотрудник доверяет своим коллегам и руководителям, тем больше он удовлетворен работой;
- чем больше респондент стремиться добиваться лучших результатов в работе, тем больше он удовлетворен работой;
- чем больше сотрудник доверяет руководителю, тем выше его ответственность за работу;
- чем больше сотрудник доверяет своему руководству, тем больше он стремиться достичь лучших результатов;
- чем больше сотрудник согласен с, тем, что своевременно получает информацию по рабочим вопросам, тем больше сотрудник удовлетворен работой в организации;

Тем самым необходима работа по элементам социального капитала для роста современных российских организаций.

Литература

1. Антонова О.А. Особенности социального капитала организации // Челябинский гуманитарий. – 2015. – № 1 (30). – С. 6–9.
2. Белкин В.Н., Белкина Н.А., Антонова О.А., Виноградова В.Ю. Социальный капитал организации // Челябинский гуманитарий. – 2009. – № 3 (9). – С. 34–40.
3. Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология. – 2002. – Т. 3. – № 5. – С. 60–74.
4. Германов И.А., Плотникова Е.Б. Концептуализация и операционализация понятия «социальный капитал» в исследованиях организаций // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2017. – № 1 (29). – С. 106–114.
5. Германов И.А., Плотникова Е.Б., Булгакова Д.А. Структурный социальный капитал работников российских промышленных предприятий: опыт эмпирической оценки // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2018. – № 1 (33). – С. 135–145.
6. Давыдов Д.А. Теория социального капитала и ее нормативные противоречия // Политика. – 2014. – № 3 (74). – С. 45–56.

7. *Игумнов О.А.* Социальный капитал российских организаций: подходы к операционализации и измерению // Медицина. Социология. Философия. Прикладные исследования. – 2020. – № 2. – С. 39–46.
8. *Коулман Дж.* Капитал социальный и человеческий / Л. Стрельникова, А. Стасенко // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – С. 122–139.
9. *Магдеева М.Р., Жилина Н.Н., Загидуллина Т.С.* Социальный капитал: понятие и подходы к исследованию // Экономическая теория. – 2017. – Т. 3. – № 1. – С. 18–23.
10. *Резанова Е.В.* Социальный капитал организации: теоретико-методологические аспекты исследования // *НОМОТНЕТКА: Философия. Социология. Право.* – 2009. – № 2 (57). – С. 18–28.
11. *Слепцова Т.В.* Понятие «социальный капитал»: сравнительный анализ подходов П. Бурдьё, Дж. Коулмана, Ф. Фукуямы // Новое слово в науке и практике: гипотезы и апробация результатов исследований. – 2014. – № 14. – С. 113–117.

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ УСПЕХЕ РОССИЙСКОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Лосева Алиса Александровна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В статье представлены некоторые общие результаты эмпирических исследований представлений о профессиональном успехе студенческой молодежи. Определены общие и особенные характеристики данных представлений. Выявлены наиболее значимые показатели профессиональной успешности в представлениях студентов. Выделены и охарактеризованы основные факторы, способствующие и препятствующие достижению успеха в профессиональной деятельности студенческой молодежи.

Ключевые слова: профессия, высшее образование, профессиональный успех, успех в профессиональной деятельности, студенческая молодежь, факторы профессионального успеха, качества профессионального успеха.

Проблемы профессионального и образовательного самоопределения впервые начали подниматься исследователями в начале XX века. Н. Кармазина указывала, что первые лаборатории, в которых занимались вопросами профориентации, появились в связи с бурным ростом промышленности и активной миграцией сельского населения в города, что спровоцировало нехватку рабочих мест и спрос на новые профессии [3]. В контексте вопросов профориентации и профессионального самоопределения начали изучаться и вопросы трудовой и профессиональной карьеры.

Современное общество переживает период социальных изменений, которые предполагают перестройку сознания его членов. Эти изменения приводят к переоценке ранее сложившихся человеческих отношений, поиску новых стилей взаимодействия между людьми и индивидуальных профессиональных путей развития. Трудовая деятельность занимает важное место среди различных форм социальной активности человека. В современном российском обществе человек выступает активным субъектом деятельности, в которой большую часть своей жизни посвящает профессиональному труду. Одним из центральных аспектов профессионального труда является профессиональный успех, который является элементом самореализации личности.

По определению В. Котовского профессиональный успех – это естественный результат самореализации в профессии, который обеспечивает высокий социальный статус, финансовую обеспеченность и продвижение по карьерной лестнице [4]. Теоретической проблемой определения понятия профессиональный успех в социологии является тот факт, что он зависит от двух взаимосвязанных видов профессионального успеха: объективный и субъектив-

ный. Объективным успехом называют положительный результат в карьере. Как правило, он измеряется такими характеристиками, как размер заработной платы, уровень занимаемой должности в иерархии организации и т.п. Субъективный успех – совокупность личных суждений человека о его профессиональных достижениях и результатах, он измеряется параметрами удовлетворенности работой и карьерой, которые являются для каждого человека индивидуальными [1].

Трансформация общества и социальных норм отражается в социальных представлениях людей, которые особенно ярко проявляются среди молодежи и её наиболее активной группы – студентов. Представления студенческой молодежи о профессиональном успехе представляют собой рассуждения о будущем своей профессиональной карьеры и способствующих ему факторов. Наблюдается тенденция, что представления об успехе в профессиональной деятельности формируются в сознании молодежи на стадии получения высшего образования и прочно закрепляются на последующих этапах.

Следует отметить, что некоторые отечественные исследователи рассматривают профессиональный успех, прежде всего, в связи с эффективным профессиональным самоопределением, рассматриваемым в контексте более широкого понятия – профессиональное развитие, которое предполагает выработку в личности отношения к себе как к субъекту будущей профессиональной деятельности, которое обеспечит успешность всей жизни в рамках определенной профессиональной деятельности [2].

Профессиональное развитие понимается автором как рост, становление, интеграция и реализация в профессиональном труде профессионально значимых личностных качеств и способностей, профессиональных знаний и умений, но главное, как активное качественное преобразование человеком своего мира, что приводит к принципиально новому его устройству и способу жизнедеятельности – творческой самореализации в профессии. Следовательно, как активный субъект профессионального ориентирования личность способна совершать сознательные действия и поступки, делать самостоятельный выбор, планировать свою деятельность (ставить цели, определять направления, способы и средства их достижения) и двигаться к определенной цели [5].

При рассмотрении факторов, которые играют важную роль в развитии понимания у студентов того, что необходимо для достижения профессионального успеха, выделяют такие факторы, как амбиции, целеустремленность, самоотверженность. Другие факторы могут включать доступ к таким ресурсам, как наставничество, стажировки и технологии, которые обеспечивали бы им платформу для успеха. Наконец, вера в себя и мотивация также являются ключевыми компонентами на любом пути к достижению профессионального успеха.

В целом, можно сказать, что характеристика достижений профессионального успеха у студентов основана на двух принципиально разных подходах: внешнем и внутреннем. Первый имеет и позитивную коннотацию, связанную с популярными в наше время формулировками «построение карьеры», «карьерный рост», и негативную, что ассоциируется с ругательным «карьеристом». Это выражение употребляют, подчеркивая прежде всего внешний характер мотивации, определяемый стремлением доказать (кому-то), поразить (кого-то), выгнать (в чьих-то глазах). Чем больше человек идентифицируется с социальной ролью, которую он для себя определил и принял как данность, тем больше его поступки обусловлены ожиданиями других и социальными нормами. Речь идет не только об ожидании одобрения поведения и удовольствии для окружающих. Речь идет о том, что человек делает не то, что хочет (он обычно даже не догадывается, чего именно он хочет), а то, что принято (престижно, модно) хотеть. И когда престижно получение высшего образования (диплома юриста, экономиста и тому подобное), то направляются усилия в этом направлении. Поэтому на этом пути столь важны все внешние атрибуты, подтверждение статуса. Поэтому так часто большие достижения на этом пути сопровождаются ощущением опустошенности, бессмысленности и даже краха.

Второй подход отличается от первого внутренней мотивацией. Причем это, как правило, даже не стремление к успеху. Успех приходит, как следствие, как побочный продукт. Де-

тельность индивида определяется внутренним энтузиазмом, творческим порывом, рвением сделать нечто новое, желанием самореализоваться. Это может происходить в любой сфере человеческой деятельности. При этом индивид ощущает осуществление своих способностей, таланта, призвания, которые человек чувствует и которые сопровождают его на профессиональном пути. Это проявление «самости» – целостности, внутреннего регулирующего центра личности. Человек в этом случае сосредоточен на содержательной, а не внешней стороне профессии; путь её освоения почти всегда сложен и извилист. Самопознание, осознание своего призвания и предназначения – это действия, требующие от человека значительных усилий, поиска правильных решений, преодоления разочарований и концентрации своих интеллектуальных возможностей на проектировании перспектив и способах реализации жизненных планов.

Таким образом, мы можем утверждать, что изучение представлений о профессиональном успехе студенческой молодежи является важным для понимания процессов формирования карьерных ориентаций и помогает обществу и учреждениям образования лучше подготовить будущих профессионалов. Поэтому, для выявления особенностей представлений о профессиональном успехе студенческой молодежи и факторов, способствующих его достижению, нами было проведено собственное исследование. Для цели исследования был выбран такой тип получения эмпирической информации как массовый анкетный опрос. В исследовании приняли участие 203 студента Института социально-политических наук и массовых коммуникаций Казанского (Приволжского) федерального с 1 по 4 курс бакалавриата.

Большинство студентов (75 %) считают, что смогут достигнуть профессионального успеха по профессии, которой обучаются. Для тех, кто думает, что не сможет достигнуть профессионального успеха по получаемой профессии (25 %), предлагалось написать, почему они так думают. Были получены следующие ответы:

- если очень сильно постараюсь, но это будет затруднительно;
- мне трудно ответить, потому что мое направление может быть применено к разной сфере;
- не востребованность специальности;
- возможно, если будет желание;
- при должном стремлении – да;
- не стремлюсь его достичь в этой области.

Из полученных результатов следует, что студенты, которые думают, что не смогут достичь профессионального успеха по своей специальности, либо считают это довольно затруднительной задачей, либо не рассматривают достижение профессионального успеха по своему направлению обучения.

Для студентов значимыми показателями успеха в профессиональной деятельности выступают высокий уровень материального вознаграждения за профессиональную деятельность, высокий профессиональный и социальный статус, самореализация в профессии (57 %, 53 % и 46 % соответственно). Студенты отмечают, что хорошая должностная или профессиональная карьера (41 %) и признание в профессиональном сообществе (30 %) могут выступать показателями профессионального успеха. Самым непопулярным показателем стал стабильность профессионального положения (13 %). Отсюда следует, что самыми важными показателями студенты считают высокий социальный статус и материальное вознаграждение, а менее важными выступают личностные показатели, такие как самореализация в профессии и признание в профессиональном сообществе

Среди факторов, которые способствуют достижению профессионального успеха самыми частыми вариантами ответов стали профессионализм, деловые качества (59 %), собственный интеллект, способности (58 %), связи и знакомства в профессиональной сфере (49 %). Студенты также отмечают вариант умение использовать любые средства для достижения цели (32 %). В данном вопросе высшее образование (26 %) не рассматривался как приоритетный. Маловажными стали такие показатели, как везение, место жительства, внешний вид и влиятельные родственники (15 %, 10 %, 7 %, 4 % соответственно). Так, студенты считают,

что личностные качества в большей степени способствуют достижению профессионального успеха, чем внешние характеристики.

По мнению студентов, самыми главными качествами, которые, необходимы для достижения профессионального успеха, являются гибкость и коммуникабельность, уверенность в себе и настойчивость (58 %, 54 % и 47 % соответственно). Другими важными качествами выступают профессионализм (44 %), наличие четкого плана действий (35 %). Самым популярным качеством выступил умение идти по головам и использовать любые доступные средства, в том числе незаконные.

Далее студентам предлагалось выбрать факторы, которые препятствуют достижению профессионального успеха. Среди основных факторов можно выделить:

- отсутствие стремления к самореализации и профессии (56 %);
- отсутствие интереса к профессии (55 %);
- отсутствие целей и смыслов личностно-профессионального развития (48 %).

В поле «другое» студенты выделяли отсутствие удовольствия, слишком сложное дело, неправильно поставленная цель. Так, большинство студентов считают, что отсутствие заинтересованности и стремления к самосовершенствованию в профессии может препятствовать достижению профессионального успеха.

При ответе на вопрос, что больше всего может помешать лично студентам на пути достижения профессионального успеха, респонденты отметили следующие варианты:

- профессиональное выгорание, лень (53 %);
- отсутствие профессионального опыта (41 %);
- недостаточный уровень знаний или низкий уровень профессиональных навыков (33 %);
- Особенности моего характера (23 %).

Одинаковое количество ответов (21 %) набрали такие характеристики, как не востребованность моей специальности и создание семьи. Вариант мой пол рассматривается как самый незначительный (6 %). Из этого следует, что, по мнению студентов, именно их личностные характеристики могут помешать им в достижении профессионального успеха.

Далее студентам предлагалось выбрать, кто является для них примером достижения профессионального успеха. Из данного вопроса выяснилось, что крупные бизнесмены (57 %) являются данными представителями для студентов. Респонденты также рассматривают в качестве примера достижения профессионального успеха специалистов по получаемой специальности, которые получили признание в местном профессиональном сообществе (42 %). Одинаковое количество ответов (32 %) среди вариантов спортсмены спорта высших достижений и крупные ученые. Из полученных данных можно говорить о том, что большая часть студентов ориентируются на крупных бизнесменов, которые являются для них олицетворением достижения профессионального успеха.

При оценке того, чем студенты готовы пожертвовать ради достижения профессионального успеха, самым распространенным вариантом стал свободным временем (49 %). Студенты отмечают, что готовы пожертвовать комфортными условиями на рабочем месте (27 %), комфортным графиком работы (26 %) и комфортным районом, территорией проживания (21 %). Наблюдается, что студенты с неохотой хотят жертвовать престижем занимаемой должности (19 %), высоким доходом (14 %) и здоровьем (7 %) ради достижения профессионального успеха. Следует отметить, что студенты ради достижения профессионального успеха готовы пожертвовать лишь комфортными условиями своей работы, но при этом не хотят жертвовать престижем должности и высоким доходом.

Таким образом, исходя из полученных данных исследования, для студентов важнее внешние показатели профессионального успеха, такие как высокое материальное вознаграждение и высокий профессиональный статус, чем внутренние, такие как самореализация в профессии и получение удовольствия от работы.

Были выявлены факторы, которые способствуют достижению профессионального успеха. Среди них студенты отмечают такие значимые факторы, как профессионализм, собственный интеллект, связи и знакомства в профессиональной сфере. Следует отметить, что

для студентов именно их личностные качества могут способствовать достижению успеха в профессиональной деятельности в большей степени.

При выборе факторов, которые могут препятствовать достижению профессионального успеха, студенты выделяют именно индивидуальные особенности, такие как профессиональное выгорание, отсутствие профессионального опыта, недостаточный уровень знаний или низкий уровень профессиональных навыков.

Литература

1. *Алашеев С.Ю.* Карьера выпускников: составляющие и факторы профессионального успеха // Профессиональное образование в России и за рубежом. – 2015. – № 4. – С. 191–200.
2. *Долгушина Т.Н.* Профессиональное самоопределение как компонент профессионального становления личности // Научное обеспечение системы повышения квалификации кадров. – 2013. – № 3-4. – С. 101–107.
3. *Кармазина Н.В.* Профессиональное самоопределение: история вопроса // Гуманитарные науки. – 2016. – № 2. – С. 23–28.
4. *Котовский В.В., Краснощеченко И.П.* Представление студенческой молодежи о профессиональном успехе // Вестник ЧГПУ. – 2014. – № 6. – С. 58–68.
5. *Митина Л.М.* Психология личностно-профессионального развития субъектов образования. – Москва; Санкт-Петербург: Нестор-История, 2014. – 376 с.

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И ТРАЕКТОРИИ ЗАНЯТОСТИ ПЕНСИОНЕРОВ КИТАЯ

Минь Ю,
Киселев Игорь Юрьевич

Ярославский государственный университет имени П.Г. Демидова, Ярославль, Россия

Аннотация. В статье представлены результаты социологического исследования траекторий занятости пенсионеров Китая. Описаны основные траектории занятости пенсионеров, проживающих в провинциях Северо-Восточного и Восточного регионов Китая. Рассматриваются факторы выбора траекторий занятости пенсионеров: возраст, уровень образования, барьеры на рынке труда.

Ключевые слова: пенсионеры, траектории занятости, возраст, образование, барьеры на рынке труда, повышение пенсионного возраста.

Китай, начиная со второй половины XX века, переживает рост численности пожилого населения. Согласно данным ООН, к 2050 году Китай войдет в число стран, в которых доля населения старше 65 лет составит свыше 15 % [9].

Внимание к проблеме старения в Китае объясняется тем, что стареет население одной из крупнейших экономик мира. В Китае завершился период дешевой рабочей силы [8] по причине сокращения доли работоспособного населения [3, с. 159]. Китай утратил «демографический дивиденд» на фоне отсутствия стабильного экономического роста, постарел раньше, чем разбогател [4, с. 221].

Отмеченные процессы усугубляются тем, в 2022 году в Китае впервые отмечено сокращение численности населения. В сочетании со старением населения оно приведет к замедлению экономического роста, что неизбежно скажется на состоянии региональной и глобальной экономики.

В создавшихся условиях существует потребность в том, чтобы предпенсионеры отложили выход на пенсию, а пенсионеры – продолжили трудовую деятельность.

Описание процедуры исследования

С целью изучения готовности пенсионеров продолжить трудовую деятельность после выхода на пенсию проведено социологическое исследование траекторий занятости пенсионеров в провинциях Северо-Восточного и Восточного регионов Китая. В Северо-Восточном регионе опрошено 1190 человек (49 % мужчин и 51,1 % женщин). В Восточном регионе опрошено 517 человек (48,2 % мужчин и 51,8 % женщин).

В качестве метода сбора первичной социологической информации выступил формализованный структурированный опрос (анкетирование). В анкету включен блок вопросов, на которые отвечали все респонденты: о наличии или отсутствии занятости в настоящий момент, опыте работы в прошлом; об источниках дохода пенсионеров, размерах пенсий; о социально-демографических характеристиках респондентов. Неработающим пенсионерам заданы вопросы о том, работали ли они раньше, будучи пенсионерами, и хотели бы работать снова, если бы у них была такая возможность. Выяснены причины прекращения трудовой деятельности. Работающие пенсионеры отвечали на вопросы о мотивах продолжения трудовой деятельности, о возможностях сохранить работу. Отдельный блок анкеты содержит вопросы об условиях трудовой деятельности (продолжительность рабочего дня, сфера занятости, удовлетворенность условиями труда и т.д.).

В условиях антиковидных ограничений, действующих в Китае с 2020 года, сбор данных проводился дистанционно посредством программы для онлайн-опросов «Wenjuanxing» с помощью мобильного приложения WeChat [7].

Траектории занятости пенсионеров Китая

В результате проведенного исследования установлено, что большинство пенсионеров не работают в настоящий момент и не работали ранее после выхода на пенсию. В Северо-Восточном регионе на момент проведения опроса работают 24,2 % пенсионеров; 75,8 % – не работают. Различия статистически значимые: $\chi^2_{df=1} = 473,908$; $p = 0,001$. В Восточном регионе соотношение работающих и неработающих пенсионеров также складывается в пользу вторых: 19 % и 81 % соответственно. Различия статистически значимые: $\chi^2_{df=1} = 199,306$; $p = 0,001$.

Однако отказ от продолжения трудовой деятельности после выхода на пенсию – не единственная траектория занятости пенсионеров Китая. На основе анализа сочетаний ответов на вопросы «Вы работаете или нет в настоящий момент?», «Работали ли Вы ранее, будучи на пенсии?» и «Вы еще намерены работать?» выделены следующие траектории занятости.

Первую траекторию реализуют пенсионеры, которые продолжают работать после выхода на пенсию, то есть на данный момент являются работающими пенсионерами, или «*работающие пенсионеры*». Подобную траекторию выбирают 24,6 % пенсионеров Северо-Восточного региона и 19 % – Восточного региона.

Вторую траекторию осуществляют те, кто не работают в настоящий момент, не работали ранее после выхода на пенсию и не намерены работать в будущем, или «*неработающие пенсионеры*». Ее выбирают 42,9 % пенсионеров Северо-Восточного и 49,3 % – Восточного регионов Китая.

Третья траектория предполагает, что пенсионеры не работают в настоящий момент, но работали ранее, будучи на пенсии, и не намерены работать в будущем, или «*пенсионеры, завершившие трудовую деятельность*». Данной траектории следуют 17,2 % пенсионеров Северо-Восточного региона и 20,1 % пенсионеров Восточного региона Китая.

Четвертая траектория свойственна пенсионерам, которые не работают сейчас, не работали ранее после выхода на пенсию, но еще намерены работать, или «*Планирующие работать*». Доля пенсионеров, выбравших эту траекторию, составляет 8,1 % в Северо-Восточном регионе и 4,4 % – в Восточном регионе.

Пятой траектории следуют пенсионеры, которые не работают сейчас, но работали ранее, будучи на пенсии, и намерены работать в будущем, или «*Безработные пенсионеры*» – 7,0 % в Северо-Восточном и 7,2 % – в Восточном регионе Китая.

Выявленные траектории занятости пенсионеров позволяют заметить, что пенсионеры в основном не работают после выхода на пенсию. При этом для подавляющего большинства – это осознанный выбор. В период трудовой деятельности они заработали заслуженную пенсию и не предполагают возвращаться к работе. Однако причиной незанятости может быть и безработица. Для 7,0 – 7,2 % пенсионеров незанятость на пенсии – лишь временной состояние, которое, возможно вызвано ситуацией на рынке труда и невозможностью найти подходящую вакансию.

На основе бинарной логистической регрессии установлено, что в Северо-Восточном регионе работающий пенсионер – это женщина (83,3 %) в возрасте 50–54 лет (83,3 %), с пенсией менее 2000 юаней (80,6 %), со средним и средним специальным образованием (44,4 %), житель крупного города (61,1 %). Неработающий пенсионер — это мужчина (51,1 %) и женщина (48,9 %), 60–64 лет (41,9 %) и старше (31,6 %), со средним и средним специальным образованием (46,4 %), житель больших городов (70,7 %).

В Восточном регионе работающий пенсионер – это в равной степени мужчина (52,2 %) и женщина (47,8 %), в возрасте 50–54 лет (47,8 %) и не старше 64 лет (100 %), с начальным или неполным средним образованием (47,8 %), проживают в сельской местности (52,5 %), с пенсией менее 2000 юаней. Неработающий пенсионер – это в равной степени женщины (52,2 %) и мужчины (47,8 %), в возрасте старше 60 лет (65,5 %), со средним и средним специальным образованием (40,6 %), живущие в больших городах (84,7 %).

Рассмотрим, как связаны характеристики респондентов, а именно, их возраста, уровень образования, барьеры на рынке труда с выбором траекторий занятости.

Возраст как фактор занятости пенсионеров Китая

Установлено, что уровень занятости отличается среди респондентов разных *возрастов*: чем старше респонденты, тем меньше доля занятых трудовой деятельностью. Пенсионеры в основном остаются на рынке труда до 65 лет. После данной возрастной отметки доля занятых сокращается. Например, среди респондентов Северо-Восточного региона доля занятых в возрасте 50–54 лет составляет 51,4 %; 55–59 лет – 31,7 %; 60–64 лет – 19,8 %; 65–69 лет – 11,4 %. В Восточном регионе подобное соотношение составляет: 50–54 года – 43,3 %; 55–59 лет – 21,1 %; 60–64 лет – 21,4 %; 65–69 лет – 4,9 %.

Учитывая разный возраст выхода на пенсию для женщин и мужчин (50 лет – для женщин, занятых на производстве и 55 лет – для женщин-служащих, 60 лет – для мужчин), наибольшая доля занятых должна приходиться именно на возраст 60–64 года, когда на пенсию уже выходят и мужчины, и женщины. Однако примерно одинаковый уровень занятости говорит о том, что к 60 годам часть женщин уже покидает рынок труда и ряды занятых пополняют пенсионеры-мужчины. Большинство пенсионеров завершают трудовую деятельность к 65 годам. Следовательно, как мужчины, так и женщины после выхода на пенсию работают в среднем 5 лет, считая от начала пенсионного возраста для мужчин и женщин.

Траектории занятости отличаются у представителей разных возрастных групп. Доля пенсионеров, реализующих траекторию «Работающие пенсионеры», резко сокращается по достижении 65 лет. В свою очередь, увеличивается доля тех, кто завершил трудовую деятельность. Таким образом, возраст 65 лет становится «переломной точкой», когда большая часть работающих пенсионеров покидает рынок труда.

Вместе с тем, и более молодые пенсионеры прекращают трудовую деятельность. Установлено, что 15,7 % респондентов – неработающих пенсионеров еще намерены работать. Поиском работы занимаются 9,3 % опрошенных. Приступить к работе в течение двух недель, если бы появилась подходящая вакансия, готовы 19,9 % опрошенных. В Восточном регионе ситуация напоминает ту, которая отмечена в пробном исследовании. Уровень безработицы среди пенсионеров в Северо-Восточном регионе – выше: 20,3 % опрошенных неработающих пенсионеров еще намерены работать. При этом почти 25 % – готовы приступить к работе, если бы она у них появилась. В Восточном регионе намерены работать 14,3 % респондентов; ищут работу – 10,3 %; готовность приступить к работе отметили 20,8 % опрошенных.

Распределение подобных ответов связано с возрастом респондентов. Пенсионеры 50–54 и 55–59 лет чаще, чем представители других возрастов, высказывают намерение продолжить работать, предпринимают усилия по поиску работы и хотели бы приступить к ней, если появятся подходящие вакансии. В свою очередь, пенсионеры старше 65 лет покидают рынок труда не по причине безработицы, а добровольно, вероятней всего, в силу проблем со здоровьем.

Образование как фактор занятости пенсионеров Китая

Занятость пенсионеров в Китае связана с уровнем их *образования*. Однако связь не является однозначной. Сравнение занятости пенсионеров Северо-Восточного и Восточного регионов позволяют заметить, что среди занятых почти в равных долях представлены респонденты с разным уровнем образования: начальное и неполное среднее, среднее профессиональное и высшее. Вместе с тем, среди респондентов Северо-Восточного региона, продолжающих трудовую деятельность, больше тех, кто имеет высшее образование, в то время как среди работающих пенсионеров Восточного региона преобладают те, у кого есть лишь начальное и неполное среднее образование.

Полученные результаты могут быть объяснены особенностями социально-экономического развития регионов. В провинциях Северо-Восточного региона сосредоточена тяжелая промышленность. В свою очередь, в провинциях Восточного региона развиваются новые производства в русле задач цифровой индустриализации. Как следствие, при поиске работы пенсионеры Северо-Восточного региона могут опереться на уже освоенные компетенции. Пенсионерам провинций Восточного региона для продолжения трудовой деятельности будет требоваться переобучение. В связи с этим даже в случае желания продолжить работать пенсионеры могут сталкиваться с трудностями при поиске работы и либо получить отказ работодателя, либо согласиться на вакансии, которые не требуют новых знаний и умений.

Барьеры на рынке труда как фактор занятости пенсионеров Китая

Барьеры на рынке труда – важная причина прекращения пенсионерами Китая трудовой деятельности.

Нежелание работодателей брать на работу пенсионеров отмечают в Северо-Восточном регионе 33,8 % работающих пенсионеров и 38,7 % неработающих пенсионеров; в Восточном регионе – 21,9 % и 26,6 % соответственно. Ситуацию на рынке труда признают и китайские социологи. Так, Лю Ифань и Чжэн Иминь на основе исследования трудоустройства пенсионеров (на примере города Далянь), приходят к выводу, что многие работодатели дискриминируют пенсионеров из-за своих стереотипов о пожилых людях, а именно, убежденности, что выход на пенсию пожилых людей затруднит трудоустройство молодых людей [6, с. 183]¹. Наличие подобного стереотипа в обществе, в том числе, у самих пенсионеров, может стать поводом для пенсионеров не искать работу, а работодателям – отказать им в трудоустройстве.

Кроме того, действует и другой стереотип. Многие работодатели считают, что мышление пенсионеров является консервативным и «устаревшим», у них отсутствует способность к новаторству. К тому же слабое здоровье затрудняет их адаптацию к быстро меняющимся условиям на производстве. В результате работодатели убеждены, что, принимая на работу пожилых, привнесут трудности в производственный процесс [6, с. 183]².

Отмеченные трудности с трудоустройством отмечают как работающие, так и неработающие пенсионеры. Однако неработающие пенсионеры выделяют еще и свою категорию трудностей, с которыми они сталкиваются на рынке труда, – отсутствие вакансий, соответствующих квалификации пенсионеров. Пенсионеры, которые получали образование и осваи-

¹ Лю Ифань, Чжэн Имин. Исследование на тему повторного трудоустройства пожилых людей на пенсии (на примере города Далянь) // Инновация и предпринимательство. 2020. № 34. С. 183. (刘一帆, 郑毅敏. 退休老年人再就业问题调查研究—以大连市为例 // 中国市场. 2020. № 34. 183 页)

² Лю Ифань, Чжэн Имин. Исследование на тему повторного трудоустройства пожилых людей на пенсии (на примере города Далянь) // Инновация и предпринимательство. 2020. № 34. С. 183. (刘一帆, 郑毅敏. 退休老年人再就业问题调查研究—以大连市为例 // 中国市场. 2020. № 34. 183 页)

вали профессию несколько десятилетий назад, отстают от изменений на рынке труда. В связи с этим при поиске работы они неизбежно сталкиваются с теми квалификационными требованиями, которым не соответствуют. В результате они вынуждены либо повышать квалификацию или даже проходить переобучение, либо соглашаться на низкоквалифицированный труд. Для ряда пенсионеров невозможность найти работу, соответствующую квалификации, это причина ухода с рынка труда.

В связи со сделанным выводом представляют интерес барьеры на рынке труда, которые отмечают пенсионеры, реализующие траекторию 3 «Завершившие трудовую деятельность» и траекторию 5 «Безработные пенсионеры». Перечень барьеров, которые отмечают пенсионеры, завершившие трудовую деятельность, в целом схож с тем, который конструируют работающие пенсионеры. Однако первые почти в два раза чаще (в зависимости от региона) отмечают отсутствие вакансий, которые соответствуют профессиональной компетенции пенсионера (28,3 % и 8,2 % респондентов, принявших участие в пробном исследовании; 22,1 % и 10 % - в Северо-Восточном регионе; 30,2 % и 9,4 % – в Восточном регионе). «Безработные пенсионеры» еще острее ощущают эту проблему (42 % участников пробного исследования; 25 % – в Восточном регионе; 23,5 % – в Северо-Восточном регионе). Кроме того, респонденты, реализующие отмеченные стратегии, чаще, чем работающие пенсионеры, соглашаются с утверждением, что работодатели не хотят брать на работу пенсионеров (30,0 %, 46,4 % и 35,3 % участников пробного исследования; 37,9 %, 46,9 % и 33,5 % – в Северо-Восточном регионе; 27,1 %, 42,7 % и 21,9 % – в Восточном регионе).

Таким образом, в качестве основных барьеров занятости пенсионеры отмечают нежелание работодателей брать на работу пенсионеров и отсутствие подходящих вакансий с точки зрения возможности работать по специальности.

Выводы

Продолжительность пребывания пенсионеров в сфере занятости обозначают перспективы для повышения пенсионного возраста на пять лет для мужчин и женщин. Задача повышения пенсионного возраста поставлена в рамках реформы пенсионной системы в Китае. Предполагается, что возраст выхода на пенсию постепенно увеличится как для мужчин, так и для женщин до 65 лет [1].

Составленный социальный портрет работающих пенсионеров позволяет сделать вывод, что работающие китайские пенсионеры характеризуются низким ресурсным потенциалом, который определяется, главным образом, низким уровнем образования. В связи с этим в условиях ожидаемого в Китае повышения пенсионного возраста более поздний выход на пенсию необходимо сопровождать введением программ профессионального обучения и профессиональной переподготовки для граждан пенсионного и предпенсионного возраста. Без введения подобных программ повышение пенсионного возраста не даст того экономического эффекта, на который можно было бы рассчитывать в связи увеличением объема рабочей силы.

В Китае уровень образования продолжает повышаться [5], что создает дополнительные возможности для привлечения пожилых работников в отрасли современной экономики, преодолеть проблему отсутствия вакансий, подходящих для пожилых людей, в том числе, лиц пенсионного возраста. Речь идет об отдаленных изменениях, которые требуют дополнительного изучения.

Наряду с уровнем образования требует внимания и другая составляющая ресурсного потенциала пенсионеров – состояние здоровья пожилых. Продолжительность жизни в Китае увеличилась до 77 лет. Вместе с тем, одной из основных причин ухода пенсионеров с рынка труда выступают проблемы со здоровьем. В связи с этим продолжительность здоровой жизни в Китае – существенно ниже. В 2022 году уровень смертности в Китае был максимальным с 1970 года – 7,37 смертей на 1 тысячу человек [2]. Следовательно, увеличение пенсионного возраста должно сопровождаться разработкой системы мер заботы о здоровье пожилых людей.

Литература

1. В Китае объявили о повышении пенсионного возраста / РИА Новости. 2021. 5 марта. – URL: <https://ria.ru/20210305/kitay-1600032876.html> (дата обращения: 28.10.2022).
2. Населения Китая в 2022 году сократилась впервые за 60 лет / Интерфакс. 2023. 17 января. – URL: <https://www.interfax.ru/world/880978> (дата обращения: 04.03.2023).
3. *Тарандо Е.Е. Ван Ц.* Старение населения в Китае: основные особенности // Наука и бизнес: пути развития. – 2019. – Т. 97. – № 7. – С. 157–160.
4. *Чэнь Ч.* Старение населения как фактор формирования промышленной структуры Китая // Наука и бизнес: пути развития. – 2022. – Т. 129. – № 3. – С. 218–222.
5. *Щербакова Е.М.* Предварительные итоги переписи населения Китая 2020 года / Демоскоп Weekly. 2021. – URL: <http://demoscope.ru/weekly/2021/0907/barom01.php> (дата обращения: 04.03.2023).
6. *Лю Ифань, Чжэн Имин* Исследование на тему повторного трудоустройства пожилых людей на пенсии (на примере города Далянь) // Инновация и предпринимательство. – 2020. – № 34. – С. 183–184.
7. *Mei B., Brown G.T.L.* Conducting online surveys in China // Social science computer review. – 2018. – Volume 36. – Issue 6. – P. 721–734.
8. *Rein Sh.* The end of cheap china: economic and cultural trends that will disrupt the world. – Hoboken: John Wiley & Sons, 2012. – 245 p.
9. World Population Prospects 2019. Highlights. New York, 2019 / United Nations. Department of Economic and Social Affairs. – URL: https://population.un.org/wpp/Publications/Files/WPP2019_Highlights.pdf (дата обращения: 27.04.2023).

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА НА УРОВЕНЬ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРЯЖЕННОСТИ В СОЦИУМЕ

Нагайцев Виктор Валентинович

Алтайский государственный университет, Барнаул, Россия

Аннотация. В статье обосновывается необходимость использования концепта социального капитала при анализе уровня социальной напряженности. Показано, что социальная напряженность постоянно присутствует в системе взаимоотношений отдельных индивидов и социальных групп. Предложены эмпирические индикаторы измерения социальной напряженности в региональных социумах. Автором сделан вывод о больших эвристических возможностях современной концепции социального капитала для изучения феномена социальной напряженности в социуме.

Ключевые слова: формы социального взаимодействия, социальный капитал, культурные связи, уровень напряженности, региональный социум.

Человек не может существовать без общения с другими людьми. В современном обществе различные социальные субъекты все интенсивнее взаимодействуют друг с другом практически во всех его сферах (представители больших социальных групп населения, партнеры по бизнесу, конкуренты, потребители и поставщики товаров и услуг, коллеги по работе, друзья, родственники, соседи и т.д.). Особую роль при этом играют взаимодействия, обеспечивающие удовлетворение основных потребностей человека. Контакты, которые носят устойчивый и возобновляющийся характер можно назвать социальными связями индивида. Социальные связи представляют собой процесс взаимовыгодного обмена определенными социальными действиями индивидами и их социальными группами между собой по поводу экономических, политических, духовных и т.п. вопросов их жизнедеятельности. Они нужны для удовлетворения их потребностей в соответствующих материальных и культурных благах, в медицинском обслуживании и социальном обеспечении. Использование личных связей про-

исходит практически во всех известных культурах. Социальные связи человека, которые он формирует в процессе всей своей жизни, представляют собой своеобразный «капитал». Термин «капитал» используется здесь, поскольку социальные связи (их количество и значение) являются достаточно важным ресурсом личности, который может накапливаться годами.

Методологический потенциал понятия «социальный капитал». В современной социологической литературе понятием «социальный капитал» зачастую охватывают достаточно широкий круг социальных феноменов, различных по своему содержанию и по своей форме. Социальный капитал личности авторы объясняют с помощью самых различных терминов – социальные связи, степень доверия власти и окружающим, готовность помогать другим, толерантность по отношению к «чужим», членство в группах по интересам, участие в деятельности некоммерческих организаций и др. [16]. Кроме того, существует множество сходных понятий (например, «человеческий капитал», «культурный капитал», «гражданский капитал»), которые объединяет идея важности социума при анализе ресурсов человека. К настоящему времени не сформирована пока общая методология и методика социологического исследования социального капитала. Поэтому вначале необходимо сделать ряд замечаний, касающихся интерпретации нами самого понятия «социальный капитал».

Термин «социальный капитал» не является по сути своей новым в социологии. Данное понятие было введено в научный оборот в 1983 году французским социальным мыслителем Пьером Бурдьё в труде «Формы капитала» для обозначения особого ресурса, используемого в различных жизненных ситуациях [7, с. 60–75]. Положение о том, что вхождение индивида в определенные социальные группы имеет позитивные последствия для него, встречается у Э. Дюркгейма, К. Маркса, Г. Зиммеля, В. Зомбарта. Так, Карл Маркс отмечает, что в процессе формирования рабочего класса трудящиеся идентифицируют себя с другими рабочими и начинают поддерживать их действия. По П. Бурдьё, социальный капитал является формой проявления группового фаворитизма. С точки зрения П. Бурдьё, социальный капитал является общегрупповым ресурсом и не может проявляться на индивидуальном уровне. Последователи Пьера Бурдьё используют в основном этнометодологию и качественные методы социологии для оценки социального капитала конкретных социальных общностей.

Концепция обмена социальным капиталом была разработана Джоном Коулманом в его работе «Капитал социальный и человеческий» [8, с. 121–138]. Занимаясь социологическим анализом социальных взаимодействий, Коулман основывал свое понимание социального капитала человека на эмпирической традиции в американской социологии (Ллойд Уорнер, Роберт Парк, Эрнст Берджесс и др.). Согласно Дж. Коулману, социальный капитал является общественным феноменом, но создается отдельными индивидами для достижения собственных целей. Для его формирования происходит ряд социальных обменов при достаточно высоком уровне доверия между людьми. Социальный капитал дает человеку определенные преимущества для достижения конкретных жизненных целей: построение карьеры, защита своих интересов, доступ к информации и др. Он рассматривается автором как постепенное накопление чужих обязательств. Исполнение обязательств находит свое выражение в виде, например, преданности и почтения конкретному лицу. Однако, время исполнения обязательств обычно точно не оговаривается.

С его точки зрения социолога Глена Лори можно говорить о наследовании человеком определенного социального капитала. Например, наследование детьми богатства, т.е. материальных ресурсов, а значит – реальных образовательных возможностей или наличие у молодых людей связей родителей и как следствие – перспективы лучшего трудоустройства [9, с. 149]. Глен Лори считал, что человеческий и социальный капиталы взаимосвязаны. Так, вложения в человеческий капитал позволяют улучшить состояние социального капитала. Например, более образованный и здоровый работник может получать зарплату сравнимую с зарплатой более опытного работника той же организации.

Важной вехой в обсуждении понятия «социальный капитал» стала работа американского социолога Роберта Патнэма «Чтобы демократия сработала: гражданские традиции в современной Италии» [10]. Патнэм обратил внимание на то, что северные регионы страны, где

люди были более социально активны (по участию в выборах и работе в общественных организациях, в местных сообществах), лучше воспользовались переданными центром полномочиями, чем в «пассивных» южных регионах Италии, где, наоборот, качество местного управления снизилось. В результате усиление региональной автономии стало благом для северных провинций, а на юге новыми ресурсами и полномочиями в значительной мере завладели мафиозные структуры. В результате данных исследований появились убедительные доказательства вклада социального капитала в процесс получения образования, решение вопросов по охране общественного порядка, физическое и психическое здоровье личности, определение степени удовлетворенности человеком своей жизнью и др.

Таким образом, социальный капитал – это инструмент, который может быть использован людьми для реализации самых разнообразных своих потребностей и защиты значимых интересов. Социальные связи человека фактически обеспечивают ему и доступ к другим ресурсам. Например, имея социальный капитал, индивид получает прямой доступ к материальным ресурсам (дефицитные товары, кредиты, субсидии, скидки и т. д.), улучшают свой культурный и символический статус (через знакомство с известными публичными людьми). Происходит трудоустройство человека в учреждениях посредством приобретения дипломов, удостоверений и сертификатов. Социальный капитал позволяет различным индивидам внутри неоднородного сообщества объединяться друг с другом, чтобы защищать свои групповые интересы, координировать стратегию поведения и т. д. Социальные связи нужны там, где деньги не являются главным средством решения проблемы, когда деньги не могут быть задействованы напрямую.

Опрос россиян, проведенный ВЦИОМ в апреле 2018 г., показал: четверть респондентов уверены, что любую серьезную проблему не решить без нужных связей. По мнению опрошенных, в первую очередь связи необходимы в сферах – бытовых услуг, юридических услуг и судопроизводства, образовании и здравоохранении. С помощью социальных связей люди находят хорошую работу, получают кредиты, идут на повышение по службе, избегают увольнения и т.д. Респонденты уверены, что им так будет проще и незачем будет тратить собственные силы, когда могут помочь знакомые. И только пятая часть граждан (20 % опрошенных) никогда не прибегала к связям для своего личного блага. Таким образом, использование социального капитала – это подключение индивидом сети своих социальных связей в качестве ресурса для достижения намеченных целей и защиты интересов [11, с. 378].

К вариантам применения социального капитала относятся – повышение возможностей обеспечения лучшего образования для детей, более легкий поиск нового места работы, обращение за персонифицированными медицинскими услугами, отсутствие необходимости самостоятельно решать все свои жизненные проблемы и т.п. Значение социального капитала для его обладателя в том, что он уменьшает расходы ресурсов на трудоемкую деятельность, обходя формальные правила и бюрократические процедуры благодаря неформальным контактам, которые поддерживаются культурными традициями, системами образования и воспитания. Как и в ситуации с другими формами капитала, социальный даёт определенные результаты лишь в случае его активного использования.

Социальный капитал, воплощенный в особых отношениях между людьми, отличается меньшей осязаемостью, прозрачностью, большей неустойчивостью и неопределенностью. Социальные связи личности, составляющие основу его социального капитала, можно охарактеризовать взаимными обязательствами, нечеткой временной продолжительностью и возможным нарушением ожиданий. Замечено, что в определенные периоды жизни у человека происходит приостановка процесса расширения своих социальных связей. Концепция социального капитала позволяет, в принципе, подсчитать социальные связи отдельного индивида и осуществить детализацию структуры его социальных сетей. Однако, если бы социальный капитал был бы четким и фиксируемым материальным феноменом, то речь велась бы скорее об экономических ресурсах социального субъекта. Кроме того, к настоящему времени не сформирована общая методика и техника измерения основных показателей социального капитала человека.

Далее нам необходимо разобраться в том, какое же влияние он оказывает на уровень социальной напряженности в локальном социуме. В социуме может происходить усиление взаимодействия социальных субъектов, способное играть конструктивную или деструктивную роль. Социальная напряженность возникает, когда действия социальных субъектов не совпадают с ожиданиями других. В России сегодня сложилась фактически новая социальная структура с поляризованными социальными слоями, возникли неожиданные политические альянсы разных социальных групп, растут классы чиновников и силовиков, постепенно размывается средний класс (не слишком стремящийся оставаться в стране), увеличиваются слои с низкой квалификацией, находятся на грани выживания пенсионеры. В обществе растет межличностная конфликтность, бытовая агрессия и нервозность. Появился целый ряд конфликтующих между собой социальных групп [12, 13]. Все это произошло за относительно короткий исторический период времени, вызвав в обществе довольно стойкое социальное напряжение, чаще всего скрытое, порождая у человека чувство неуверенности в завтрашнем дне, общее ощущение небезопасного существования и нестабильности. Формируются социальные противоречия и несовместимые интересы, растет недовольство со стороны населения сложившейся ситуацией, снижается уровень доверия властям.

Социально-экономические процессы, происходящие в России в последние три десятилетия, нарушили хрупкий баланс интересов многих социальных субъектов, изменили привычные формы их взаимодействия, деформировали социальную структуру общества. Социальные дистанции между слоями и группами значительно выросли, произошел раскол между олигархическими образованиями и остальным населением. Перед обществом и государством остро стоит задача сближения социальных групп и определения социально значимой национальной идеи. Такой идеей, на наш взгляд, может быть консолидация общества. Снижение уровня напряженности в социуме может содействовать воплощению этой идеи в социальную реальность. Консолидация должна распространяться на такие формы взаимодействия людей как региональные общности, профессиональные сообщества, семья, группы по интересам и т. д. Это те сообщества, в которые индивид включен повседневно. В настоящее время процессы социальной консолидации в обществе ослаблены до такой степени, что можно говорить о враждебности в отношениях основных социальных субъектов общества, о их полном отчуждении друг от друга.

Социальная напряженность в социуме – это ситуация, при которой обостряются противоречия в отношениях, позициях, целях и интересах индивидов, социальных групп, социальных институтов. Социальная напряженность является сигналом о кризисном состоянии социальной системы, нарушении нормального функционирования ее структур и элементов. Она сопровождается ростом недовольства и негативными настроениями граждан, разрывом прежних социальных связей. В большинстве существующих работ по проблематике социальной напряженности, она рассматривается авторами как деструктивный социальный феномен в обществе [14, 15].

Влияние таких факторов, как занятость трудоспособного населения, уровень его доходов, качество и продолжительность жизни, производительность труда и т. п. – на уровень социальной напряженности в обществе – очевидно. Однако, социально-экономических показателей напряженности недостаточно, чтобы полностью объяснить данный феномен. При оценке уровня социальной напряженности должны учитываться также социально-психологические, культурологические, символические и другие показатели (например, независимость социальных институтов и развитость гражданского общества, состояние межличностных отношений в обществе, стабильность социальных связей, авторитет власти и т. д.).

Социальная напряженность в регионе возникает и продолжается в течение достаточно продолжительного времени. Причин социальной напряженности и форм ее проявления довольно много. Социальная напряженность может быть связана с активностью политических сил в борьбе за власть, с деятельностью разного рода объединений, групп влияния и т. д. Главная предпосылка возникновения социальной напряженности – это устойчивая, длительная присутствующая социальная проблема, приводящая к усилению недоволь-

ства отдельных социальных групп, нарастанию психической усталости и раздражительности населения.

На напряженность в социуме можно оказывать влияние, ею можно управлять, ее можно направлять в конструктивные формы проявления. Регулирование уровня социальной напряженности позволяет решить возникшие противоречия, упрочить взаимопонимание и сотрудничество социальных субъектов, повысить сплоченность групп, уменьшить межличностную конфликтность. Однако, как показывает практика, в некоторых случаях люди концентрируют все свое внимание друг на друге, начинают активно и деструктивно взаимодействовать. Сама постановка вопроса об управлении социальной напряженностью в социуме принципиальна для нас в том смысле, что она вытекает из понимания напряженности как закономерного общественного явления. Если бы мы относились к нему только как к негативному явлению, то основная работа с ним сводилась бы к его скорейшему устранению. Признание же «нормальности» социальной напряженности расширяет и углубляет проблему работы с ней (прогнозирование, профилактика, предупреждение, регулирование). Перед специалистами не стоит задача полной ликвидации напряженности в обществе. Необходимо максимально возможно развивать конструктивные и минимизировать ее деструктивные последствия.

Проблема взаимосвязи социального капитала и напряженности в социуме может быть проанализирована с использованием разных методологических подходов, разработанных в социологии – социальной солидарности (Э. Дюркгейм, Л. Дюрги, П. Леру, Э. Кине); социальных дистанций и кругов (Г. Зиммель, Р. Парк, П. Сорокин); сети взаимодействия (Д. Лаганш, С. Московичи, Н. Мейер); социальных связей и контактов в локальной общности (Ф. Знанецкий, У. Томас, Е. Вятр); социального контроля и маргинальности (Р. Парк, Э. Стоунквист, Б. Манчини); иерархии социальных слоев (П. Сорокин, Н. Смелзер, Т. Парсонс, У. Уорнер); структурированных социальных отношений и коллективных практик (И. Крайб, Э. Гидденс); совокупности полей и многомерного социального пространства (П. Бурдьё) и т. д.

Очевидно, что необходимо анализировать уровень социальной напряженности в региональных социумах России не только для того, чтобы предотвращать деструктивные протесты и социальные взрывы, но и для того, чтобы использовать возможности социального капитала граждан для консолидации российского общества.

Литература

1. *Нестик Т.* Труд, капитал, энергия: культурный, социальный и символический капиталы // Альманах «Восток». – 2004. – № 2 (14) – С. 41–43.
2. *Сытых О.Л., Синцова Л.К.* Социальный капитал в полиэтничном обществе: представление, понятие и явление // Социальная интеграция и развитие этнокультур в евразийском пространстве. – 2019. – Т. 2. – № 8. – С. 121–129.
3. *Стрельникова Л.В.* Социальный капитал: типология зарубежных подходов // Общественные науки и современность. – 2003. – № 2. – С. 37–42.
4. *Бюссе С.* Социальный капитал и неформальная экономика в России // Мир России. – 2002. – № 2. – С. 93–104.
5. *Тихонова Н.Е.* Социальный капитал как фактор неравенства // Общественные науки и современность. – 2004. – № 4. – С. 24–25.
6. *Шихирев П.Н.* Природа социального капитала: социально-психологический подход // Общественные науки и современность. – 2003. – № 2. – С. 17–27.
7. *Бурдьё П.* Формы капитала / Западная экономическая социология: хрестоматия современные классики / сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. с англ. Р.А. Громовой, М.С. Добряковой. – М.: Наука, 2004. – С. 60–75.
8. *Коулман Д.* Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – С. 121–138.
9. *Loury G.C.* The anatomy of inequality. – Cambridge: Harvard University Press, 2002. – 219 p.

10. Патнэм Р. Чтобы демократия сработала: гражданские традиции в современной Италии. – М.: Ad Marginem, 1996. – 287 с.
11. Мареева С.В. Жизненные шансы жителей провинции в массовом сознании // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2018. – № 6. – С. 375–382.
12. Нагайцев В.В. Уровень социальной напряженности и конфликтности в системе показателей социального благополучия населения региона // Известия АГУ. – 2010. – № 2-2. – 2010. – С. 209–213.
13. Беляева Л.А. Культурный и социальный капитал и напряженность социального пространства России // Общественные науки и современность. – 2013. – № 5. – С. 51–64.
14. Хаджалова Х.М. Социальная напряженность в обществе: региональный аспект / Х.М. Хаджалова // Вопросы структуризации экономики. – 2008. – № 2. – С. 150–154.
15. Ильин В.А., Гулин К.А. Социальная напряженность в регионе: причины и тенденции // Экономические и социальные перемены в регионе: факты, тенденции, прогноз. – 2006. – № 3 (34). – С. 12–18.

ЛОЯЛЬНОСТЬ СОТРУДНИКОВ КАК ДЕТЕРМИНАНТА ИМИДЖА КОМПАНИИ

Нагимова Айсылу Мирзарифовна

Казанский (Приволжский) Федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Одной из важнейших задач системы управления организации является формирование лояльности сотрудников в целях улучшения имиджа компании. Это позволяет менеджменту проводить эффективную внутреннюю политику, формировать наиболее результативную мотивационную систему и как результат – добиться высокой производительности труда. Важнейшими факторами обеспечения корпоративной лояльности работников организации выступают создание удовлетворительных условий труда, повышение доходов и формирование благоприятного социально-психологического климата в организации. В данной статье рассматриваются особенности формирования внутреннего имиджа компании на основе повышения корпоративной лояльности сотрудников. Основные выводы исследования основываются на результатах конкретного социологического исследования, проведенного автором в 2020 году.

Ключевые слова: лояльность, лояльность сотрудников, корпоративная лояльность, имидж, имидж организации, внутренний имидж организации, факторы внутреннего имиджа организации, социально-психологический климат, удовлетворенность сотрудников организации.

Социологическое исследование проводилось с 12 октября по 10 января 2020 г. в Литейном заводе ПАО «Камский автомобильный завод (КамАЗ)». Выбор объекта исследования был неслучайным, так как Литейный завод относится к предприятиям с вредными условиями труда, связанными с технологическими особенностями самого производственного процесса. Исследование проводилось методом анкетного опроса на основе гнездовой выборки. В качестве гнезда были взяты отдельные структурные подразделения, внутри которых опрос проводился сплошным способом. Объем выборочной совокупности составил 924 респондентов, представляющих собой работников и руководителей различных уровней управления.

Социальный портрет участников опроса позволяет определить уровень достоверности полученных в ходе исследования результатов. Так как социальный портрет анализируемой группы представляет собой совокупность информации о статусном и ролевом наборе респондентов, позволяет определить нормативные требования к представителям определенной профессии, оценить их мотивационную структуру с возможным выделением его преобладающих характеристик, социальных настроений, материальных притязаний и др., необходимых для анализа их поведения и деятельности.

Наиболее важной характеристикой социального портрета обследуемого рабочего коллектива является стаж работы сотрудников, участвующих в опросе на данном предприятии. Чем более длительное время человек трудится на одном и том же предприятии, тем в большей степени он погружен в его проблемы, знает особенности его внутренней жизни, межличностных отношений и специфику трудового процесса

Как показали результаты опроса, каждый второй респондент (51,17 %) имеет стаж работы на данном предприятии не менее десяти лет, а 18,17 % участников опроса работают на данном предприятии от пяти до десяти лет. Таким образом, подавляющее большинство (70 %) работников завода имеют стаж работы на данном предприятии не менее пяти лет, что позволяет нам утверждать о высокой степени достоверности данных, полученных в ходе опроса, так как основная масса респондентов хорошо информирован о ситуации на заводе. Данная категория работников является высококомпетентной в производственных вопросах, знает особенности и специфику функционирования организации и включена в проблемы трудового коллектива. Кроме того, данный показатель является доказательством того, что на заводе довольно устойчивый трудовой коллектив, невысокая текучесть кадров, свидетельствующий о налаженной системе управления персоналом.

Каждый десятый опрошенный (10,93 %) имеет стаж работы на заводе от трех до пяти лет, 12,26 % респондентов работают на данном предприятии от одного года до трех лет, 7,47 % опрошенных имеют стаж работы на данном заводе менее года. Указанные данные позволяют утверждать, что на заводе имеется определенная смена кадров, поступление новых людей, привносящих в устоявшиеся традиционные взаимоотношения в коллективе эффекта новизны. Именно таким образом создается база для будущего роста и обновления коллектива.

62,44 % опрошенных нами работников завода являются квалифицированными рабочими, 7,08 % респондентов представлены неквалифицированными рабочими, а 16,55 % участников опроса – это инженерно-технические работники функционального звена. 11,19 % опрошенных являются сотрудниками различных отделов штабной структуры, 2,74 % респондентов представлены руководителями различного уровня (0,34 % – руководители высшего звена, 2,40 % – руководители среднего уровня). Подобное распределение должностной структуры присуще для предприятий производственного характера, линейно-функционального типа, каким и является завод. Кроме того, пропорции распределения респондентов по должностному признаку позволяет утверждать, что результаты опроса в большей степени будут отражать мнения квалифицированных рабочих и в меньшей степени инженерно-технических и руководящих работников.

Половозрастное распределение респондентов показывает возможный потенциал трудового коллектива во временном измерении в части устойчивости коллективных притязаний. Наиболее устойчивыми являются смешанные по половым показателям коллективы, а наибольший потенциал во временном измерении демонстрируют коллективы, в составе которого наблюдается преобладание молодежи и людей среднего возраста, демонстрирующих инновативность и активность, а также имеющие определенную долю сотрудников старшего возраста, несущих традиционные ценности коллектива.

Чуть более трети респондентов (37,62 %) представлены возрастной группой от 31 до 45 лет. 16,76 % участников опроса – это молодежь до 30 лет. Таким образом, совокупная доля молодежи и работников средней возрастной группы составляет 54,38 %, что свидетельствует о том, что коллектив является довольно молодым, развивающимся, склонным к восприятию нового, инновативного.

19,98 % респондентов представлены старшей возрастной группой от 46 до 55 лет. Чуть менее четверти опрошенных (22,97 %) являются людьми предпенсионного возраста – от 55 до 65 лет. 2,66 % респондентов являются старше 65 лет. Совокупная доля старшей и предпенсионной возрастных групп составляет 45,61 %. Данный факт демонстрирует наличие в коллективе стабилизирующего консервативного фактора, направленного на сохране-

ние, аккумуляция и передача внутриорганизационных ценностей и традиций, что является немаловажным фактором организационной стабильности и развития.

Указанное распределение респондентов демонстрирует довольно сбалансированный состав коллектива по возрастному признаку, состоящий примерно наполовину как старшим поколением, так и представителями молодежи и людей среднего возраста.

С развитием рынка труда важной функцией организации становится повышение качества трудовой жизни – уровня удовлетворения личных потребностей работников через их деятельность в организации. Качество трудовой жизни – это интегральное понятие, всесторонне характеризующее уровень и степень благосостояния, социального и духовного развития человека в условиях организации.

Участие человека в экономической деятельности характеризуется его потребностями и возможностями их удовлетворения, которые обусловлены, прежде всего, рассмотренными выше характеристиками человеческого потенциала: здоровьем, нравственностью, творческими способностями, образованием и профессионализмом. Таким образом, человек в рыночной экономике выступает, с одной стороны, как потребитель экономических благ, производимых организациями, а с другой – как обладатель способностей, знаний и навыков, необходимых организациям, государственным и общественным органам.

Концепция качества трудовой жизни основывается на создании условий, обеспечивающих оптимальное использование трудового потенциала человека. Качество трудовой жизни можно повысить, изменив в лучшую сторону любые параметры, влияющие на жизнь людей. Это включает, например, участие работников в управлении, их обучение, подготовку руководящих кадров, реализацию программ продвижения по службе, обучение работников методам более эффективного общения и поведения в коллективе, улучшение условий труда, совершенствование организации труда и др. Создание программ и методов повышения качества трудовой жизни является одним из важных современных направлений управления персоналом. Улучшение качества трудовой жизни предусматривает улучшение социально-экологического содержания труда, развития тех характеристик трудового потенциала, которые позволяют руководителям более полно использовать интеллектуальные, творческие, организаторские, нравственные способности работника. Соответствующее качество трудовой жизни должно создать условия для того, чтобы дать выход творческим способностям самого работника, когда главным мотивом становится не зарплата, не должность, а удовлетворение от трудовых достижений в результате самореализации и самовыражения. В результате трудовой потенциал получает максимальное развитие, а организация – высокий уровень производительности труда и максимальную прибыль. Следовательно, можно говорить о двух основных составляющих качества трудовой жизни – внутренние и внешние компоненты. Внутренние компоненты качества трудовой жизни представляют собой удовлетворенность работников степенью самореализации в процессе труда, возможностями карьерного роста. Внешние компоненты же представлены в эко-социальной среде, выражающиеся в удовлетворенности условиями труда, трудового быта и организацией и содержанием трудового процесса.

В качестве основных элементов эко-социальной среды нами были определены такие компоненты как: условия труда, обеспеченность работников средствами индивидуальной защиты (СИЗ), состояние бытовых помещений, работа столовой, удовлетворенность режимом работы, организация труда сотрудников, содержание труда работников (рис. 1).

Как видно из диаграммы в наибольшей степени неудовлетворенность работников вызывает такой показатель как условия труда. Под условиями труда мы понимаем характеристики производственного процесса и производственной среды, воздействующие на сотрудника предприятия. Характеристики производственного процесса определяются применяемым оборудованием, предметами и продуктами труда, технологией, системой обслуживания рабочих мест. *Производственная среда*, прежде всего, характеризуется санитарно-гигиеническими условиями труда (температура, шум, освещенность, запыленность, загазованность, вибрация и т.п.), безопасностью трудовой деятельности, режимом труда и отдыха,

а также обеспеченностью сотрудников офисной и компьютерной техникой и расходными материалами к ним.

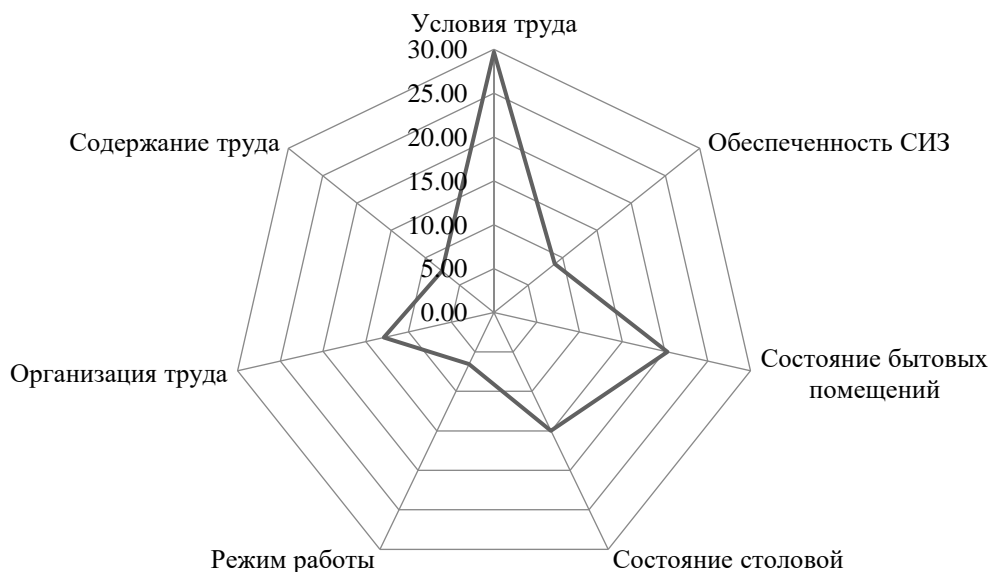


Рис. 1. Оценочные показатели экосоциальной среды по критерию неудовлетворённости (в %)

Самая главная причина, вызывающая неудовлетворенность рабочих условиями труда – это загрязненность воздушной среды в рабочих помещениях. Это в какой-то степени и понятно, так как литейный завод представляет собой вредное производство, где технологический процесс осуществляется определенными вредными выделениями в воздушное пространство, а также высоким температурным режимом в производственных помещениях. Как видно из результатов исследования, система вентилирования воздуха не всегда справляется с указанной проблемой – примерно каждый второй опрошенный пожаловался на плохую вентиляцию воздуха (53,53 %), запыленность воздушной среды и помещений (51,09 %), а 39,81 % респондентов указали на загазованность воздушной среды производственных помещений. Это показывает высокую актуальность проблемы, требующей своего решения.

48,37 % участников опроса отметили, что в рабочих помещениях неудовлетворительный температурный режим, что также связан со спецификой производственного процесса. 43,61 % респондентов указали на высокий уровень производственного шума, а 42,66 % опрошенных не удовлетворены состоянием освещенности рабочих помещений.

Еще одна группа проблем находится в плоскости материально-технического оснащения процесса труда и беспокоит около двадцати процентов опрошенных. Так, 19,84 % респондентов считают, что на заводе наблюдается недостаточная материально-техническая оснащенность. 17,12 % участников опроса отметили нехватку расходных материалов, необходимых в процессе работы.

Каждый десятый респондент (10,33 %) указал на нехватку или моральную устарелость компьютерной и/или офисной техники, такая же доля опрошенных (10,33 %) отметили повышенную влажность в производственных помещениях. 7,88 % респондентов не удовлетворены соблюдением чистоты в рабочих помещениях.

7,07 % из числа опрошенных выбрали вариант ответа «другое», среди которых имеются такие варианты ответа, как «затрудняюсь ответить» (*встречается многократно*), «в рабочих помещениях давно нет ремонта» «неудовлетворительного качества питьевая вода» (*встречается многократно*), «сквозняки, шумящие лампы» (рис. 2).



Рис. 2. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Если не удовлетворены условиями труда, чем именно?» (в процентах)

Большинство опрошенных полностью (38,5 %) или частично (41,2 %) удовлетворены состоянием бытовых помещений. Однако каждый пятый респондент (20,3 %) указал на необходимость проведения ремонта в них, неудовлетворительный температурный режим, отсутствие качественной питьевой воды др.

14,9 % работников не удовлетворены работой столовой. Среди существующих проблем они назвали дороговизну и неудовлетворительное качество блюд, а также отсутствие разнообразия меню, а также отсутствие столовой в отдельных подразделениях и др.

подавляющее большинство опрошенных удовлетворены существующим на предприятии режимом работы (72,4 %). Вместе с тем некоторые работники выразили неудовлетворенность тем, что часто случаются авральные ситуации, сменный характер работы (необходимо работать в ночную смену) и др.

Каждый второй респондент (50,3 %) удовлетворен организацией труда на предприятии. Существуют проблемы неналаженности взаимоотношений между подразделениями завода, с выстраиванием взаимоотношений с коллегами внутри структурного подразделения, информированности работников.

Большинство опрошенных (59,9 %) удовлетворены содержанием труда, выполняемым на заводе. Среди проблем названы физически тяжелый характер выполняемой работы и неравномерное распределение нагрузки в течение дня.

Таким образом, можно отметить, что качество трудовой жизни находится в прямой зависимости от эко-социальной среды трудовой деятельности, оказывающей значительное влияние на социальное самочувствие и лояльность работников организации. Как показали результаты нашего исследования, лишь каждый пятый работник полностью удовлетворен условиями труда на заводе. Основными факторами неудовлетворенности работников, прежде всего, выступили загрязненность воздушной среды, температурный режим в помещениях, наличие производственного шума и плохая освещенность рабочего места, а также некоторые проблемы в организации производственного процесса. Все эти проблемы создают атмосферу неудовлетворенности и морально-психологического напряжения среди работников организации, приводят к ухудшению социально-психологического климата и оказывают прямое влияние на имидж компании среди сотрудников, что в результате может привести и к оттоку квалифицированного персонала. В результате наблюдается также и снижение качества работы и производительность труда. Для предотвращения возникновения указанных выше возможных рисков нами разработаны меры по улучшению эко-социальной среды трудового процесса на заводе, среди которых можно назвать введение системы мониторинга эко-среды

трудового процесса и проведение периодических замеров социального самочувствия персонала, что в конечном итоге должно привести к улучшению имиджа и повышению корпоративной лояльности работников организации.

Благодарность. Публикация подготовлена за счет средств субсидии, выделенной Казанскому федеральному университету для выполнения проекта № FZSM-2023-0022 «Цифровая социализация и цифровая компетентность молодежи в условиях глобальных системных изменений: технологии регулирования, риски, сценарии» в рамках государственного задания.

Литература

1. *Нагимова А.М.* Качество жизни регионального социума: проблемы и перспективы. – Казань: Арטיפакт, 2017. – 132 с.
2. *Maximova A.O., Eflova I.M., Ermolaeva P.O.* Digital transformation as the factor of the generation dynamics in the information society // *Quid: investigación, ciencia y tecnología.* – 2017. – Volume 28. – P. 1624–1629.
3. *Ефлова М.Ю., Максимова О.А., Глебова И.С., Дудочников А.И.* Функционирование малого предпринимательства в регионах России в контексте цифровизации общества // *Экономика и предпринимательство.* – 2021. – № 1 (126). – С. 536–540.
4. *Nagitova A.M., Akbasheva A.A.* Sociological analysis of the working life quality management for employees in an organization // *International journal of engineering and advanced technology (IJEAT).* – 2019. – Volume 9. – Issue 1. – P. 7452–7455.
5. *Park R.E.* Society: collective behavior, news and opinion, sociology and modern society. – Glencoe: Free press, 1955. – 358 p.
6. *Park R.E., Burgess E.W., Mckenzie R.D.* The city. – Chicago: University of Chicago Press, 1926. – 164 p.

ДЕТСТВО КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН

Насибуллин Рустем Равилович

*Заместитель директора по науке международного института управления и бизнеса
ФГБОУ ВО «РОСБИОТЕХ», Москва, Россия*

Аннотация. Эта статья рассматривает детство как социальный феномен, заключающий в себе его социальные аспекты, конструирующийся посредством социальных взаимодействий, культурных убеждений и исторических изменений. Детство в данной статье – не всеобщая и естественная стадия развития, а сложный и многообразный социальный конструкт, формируемый социальными, культурными и историческими факторами. Автор полагает, что различные социокультурные факторы свойственны для разных обществ и культур. В статье рассматриваются вопросы детской социализации и роли институтов, таких как семья, образование и массовая культура, в этом процессе, а также анализируется влияние на детство социального окружения и социального неравенства. Анализ научной гипотезы, отраженной в статье, предполагает критический анализ существующих социологических исследований по изучению детства как социального явления.

Ключевые слова: детство, социальный феномен, социальный конструкт, образование, культура, массовое окружение, социализация, семья, социальная категория.

Детство – сложный и многогранный социальный феномен, который изучается социологами на протяжении многих лет. Детство – это не только биологический этап развития, но и социальная и культурная конструкция, меняющаяся во времени и в разных позициях социального пространства. Детство – это социальная категория, относящаяся к отдельной фазе жизни со своими уникальными переживаниями, проблемами и ожиданиями. В совре-

менном обществе детство играет решающую роль в формировании индивидуальной и социальной идентичности, а также обеспечивает основу для будущей социализации и развития.

Во-первых, детство обеспечивает основу для социализации и развития личности, играя решающую роль в формировании индивидуальной идентичности и будущих возможностей.

Это период жизни, в течение которого люди должны учиться и приобретать навыки, знания и ценности, необходимые для того, чтобы стать полноценными членами общества. Образование, семья и группы сверстников играют важную роль в этом процессе, помогая детям развивать свои социальные, эмоциональные и когнитивные навыки.

Во-вторых, детство является важной социальной категорией, поскольку является маркером социального и экономического статуса. Дети из разных социально-экономических слоев могут иметь разный опыт детства, например, доступ к образованию, здравоохранению и культурным мероприятиям. Таким образом, социальная категория детства тесно связана с социальным классом, а также с другими факторами, такими как раса, этническая принадлежность и пол. Например, дети из маргинализированных групп могут по-разному переживать детство из-за дискриминации, изоляции или предубеждений, что может повлиять на их будущие возможности и опыт.

В-третьих, детство играет значительную роль в формировании социальных норм и ценностей. Социализация детей включает в себя обучение их культурным нормам и ценностям их общества, которые могут включать представления о поле, расе, классе и других социальных категориях. Ожидается, что дети будут соответствовать этим нормам и ценностям, которые могут быть как положительными, так и отрицательными. Например, гендерные нормы могут ограничивать девочек в выборе профессии или деятельности, в то время как культурные нормы могут способствовать уважению авторитета и следованию традициям.

В-четвертых, детство также является важным местом социального контроля. Взрослые часто имеют большую власть над детьми, и дети могут подвергаться различным формам социального контроля, таким как дисциплина, наказание и надзор. Это может укрепить социальные нормы и ценности, но также может ограничить детскую свободу действий и автономию.

Наконец, детство – это социальная категория, которая постоянно меняется и развивается. Особенности детства менялись с течением времени под влиянием исторических, культурных и социальных факторов. Например, индустриализация и урбанизация общества привели к введению законов об обязательном образовании и детском труде, что помогло создать особый этап жизни, известный как детство. Возрастающее значение средств массовой информации и технологий также повлияло на детство, предоставив новые формы развлечений, образования и общения.

В статье «Концептуализация детства эпохи позднего Нового времени» И. Климанская определяет детство как «сложный социальный конструкт, тесно переплетающийся с культурными, историческими и социальными процессами» [1].

Ю. Кривошлыкова провела исследование детства и семейной жизни в современной России. В статье «Трансформация концепции детства в России: теоретические и эмпирические аспекты» она определяет детство как «культурный и социальный конструкт, отражающий особое понимание природы и развития человека в обществе» [2].

В книге О. Исуповой «Образование и детство: взгляды из России» детство определяется как «уникальное и сложное социальное явление, охватывающее биологические, психологические, социальные и культурные аспекты человеческого развития» [3].

Социолог Е. Завершнева провела исследование детства и семейной жизни в современной России. В своей статье «Детство в России: современный взгляд» она определяет детство как «период жизни, характеризующийся зависимостью от взрослых и формированием личности в контексте социальных, культурных и исторических процессов» [4].

Как «период жизни, характеризующийся определенными биологическими, психологическими и социальными особенностями, а также культурными смыслами и ценностями» детство определяется Анной Колесниковой в статье «Концепция детства в русской молодежной культуре» [5].

Основная идея изучения детства как социального явления состоит в том, чтобы понять, как детство социально сконструировано и как оно меняется во времени, месте и культуре. Детство – это не фиксированная и всеобщая стадия развития, не биологически детерминированная стадия развития, а сложный и многообразный социальный конструкт, социально сконструированное понятие, изменяющееся во времени, месте и культуре. Детство формируется социальными, культурными и историческими факторами, а на опыт детей влияют социальные структуры и институты, в которых они живут.

Изучение детства как социального явления включает в себя изучение опыта детей в различных социальных контекстах и изучение того, как социальные структуры, институты и культурные нормы формируют этот опыт. Это включает в себя рассмотрение того, как такие факторы, как социальный класс, раса, этническая принадлежность, пол и культура, пересекаются, чтобы сформировать детский опыт.

Изучение детства как социального явления также включает в себя признание детей активными участниками собственной жизни и понимание того, как они ориентируются в своем социальном мире и осмысливают его. Это означает учет точки зрения, опыта и мнения детей в исследованиях и политике, а также работу над расширением возможностей детей для участия в принятии решений, которые их касаются.

В целом, основная идея изучения детства как социального явления состоит в том, чтобы глубже понять социальные, культурные и исторические факторы, формирующие детские переживания, и работать над созданием более равноправного и справедливого общества для всех детей.

В социологии существует несколько подходов, рассматривающих и изучающих детство.

Перспектива социализации: этот подход фокусируется на том, как дети усваивают социальные нормы и ценности посредством процессов социализации. Он рассматривает детство как решающий период социализации и формирования идентичности.

Историческая перспектива: этот подход исследует, как концепция детства развивалась с течением времени, включая изменения в представлениях о воспитании детей, образовании и детском труде.

Критический взгляд: этот подход подчеркивает динамику власти и неравенства, которые формируют опыт и возможности детей. Он подчеркивает важность рассмотрения детей как активных агентов, а не только как пассивных получателей социализации.

Культурная перспектива: этот подход исследует, как различные культурные контексты формируют опыт и понимание детства. Он признает, что детство не является универсальным опытом и варьируется в зависимости от культуры.

Перспектива развития: этот подход подчеркивает биологические, когнитивные и эмоциональные изменения, происходящие в детстве, и то, как они способствуют развитию личности.

Это всего лишь несколько примеров подходов в рамках социологии, рассматривающих понятие детства. Каждый подход предлагает уникальный взгляд на то, как детство формируется под воздействием социальных, культурных и исторических факторов.

Детство как социальная категория определенно значима в современном российском обществе. Есть ряд социологов, которые исследовали роль детства в современной России.

Одним из исследований по изучению детства как социального явления является исследование Елены Здравомысловой и Елены Омельченко «Дети России: от государственной политики к повседневным практикам» [6].

Исследование было опубликовано в 2012 году и направлено на изучение того, как государственная политика и повседневная практика формируют опыт детства в России.

Исследование проводилось с использованием как качественных, так и количественных методов исследования, включая фокус-группы и глубинные интервью с родителями, учителями и самими детьми. Авторы также проанализировали соответствующие политические документы и статистические данные, чтобы контекстуализировать свои выводы.

Один из ключевых выводов исследования заключается в том, что детство в России находится под сильным влиянием исторического наследия Советского Союза, в котором

особое внимание уделялось коллективной ответственности и соблюдению социальных норм. Авторы утверждают, что это наследие до сих пор проявляется во многих аспектах жизни российского общества, включая систему образования и семейную жизнь.

Например, авторы обнаружили, что родители в России придают большое значение успеваемости и дисциплине, часто в ущерб индивидуальным потребностям и интересам детей. Этот акцент на соответствии и дисциплине также находит свое отражение в системе образования, которая уделяет большое внимание механическому запоминанию и стандартизированному тестированию.

Еще одним ключевым выводом исследования является роль пола в формировании опыта детства в России. Авторы обнаружили, что традиционные гендерные роли все еще глубоко укоренились в российском обществе: мальчики поощряются быть сильными и независимыми, а девочки должны быть заботливыми и уступчивыми. Это разделение труда по признаку пола также проявляется в системе образования: мальчиков ориентируют на технические и научные области, а девочек часто поощряют заниматься более традиционно женской карьерой.

Несмотря на обозначенные проблемы, авторы также обнаружили свидетельства сопротивления и свободы действий среди российских детей, которые часто вырабатывают свои собственные стратегии для переговоров и сопротивления нормам и ожиданиям, возлагаемым на них родителями, учителями и обществом в целом.

В целом, исследование дает ценную информацию о том, как государственная политика и повседневная практика формируют опыт детства в России. Комбинируя качественные и количественные методы исследования, авторы могут дать тонкое и комплексное понимание этой сложной и многогранной темы.

Однако, одним из ограничений исследования является его относительно небольшой размер выборки, что может ограничивать возможность обобщения результатов. Кроме того, исследование сосредоточено в первую очередь на опыте детей из городских семей среднего класса, что поднимает вопросы о том, в какой степени эти результаты применимы к детям из других слоев общества.

Несмотря на эти ограничения, исследование вносит ценный вклад в изучение детства и подчеркивает необходимость дальнейших исследований по этой важной теме. Проливая свет на то, как государственная политика и повседневная практика формируют опыт детства в России, исследование также может помочь в формировании политики и практики, направленных на улучшение жизни российских детей.

Другим значимым исследованием по изучению детства как социального явления является «Формирование представления о детстве в современном российском обществе» Н.Е. Антоновой и М.В. Константиновой, в котором исследуется формирование представления о детстве в современном российском обществе с акцентом на отношении и восприятии родителей по отношению к своим детям [7].

Исследование основано на данных общенационального опроса, проведенного в 2018 году, в ходе которого была собрана информация от 1500 респондентов по всей стране.

Авторы начинают с обсуждения исторического контекста детства в России, подчеркивая то, как оно формировалось с течением времени под влиянием политических, экономических и культурных факторов. Они утверждают, что представление о детстве в современной России характеризуется парадоксальным сочетанием консерватизма и современности, с сильным акцентом на традиционные ценности и нормы при влиянии глобализирующих тенденций.

Один из основных выводов исследования заключается в том, что российские родители склонны крайне позитивно относиться к своим детям, считая их самым важным в своей жизни и вкладывая в их воспитание значительное время и ресурсы. Вместе с тем, однако, исследование выявляет существенные противоречия и противоречия в современном российском отношении к детству. Например, в то время как родители уделяют большое внимание предо-

ставлению своим детям возможностей для образования и личного развития, они также склонны защищать и авторитарно, ограничивая свободу и независимость детей.

Исследование также проливает свет на некоторые гендерные аспекты отношения современных россиян к детству. Например, авторы отмечают, что матери, как правило, несут несоразмерное бремя ответственности за воспитание детей и чаще, отдают предпочтение потребностям своих детей, а не своим собственным. В то же время, однако, отцы все больше вовлекаются в воспитание своих детей и могут чаще участвовать с ними в играх и досуге, чем матери.

Одним из ограничений исследования является то, что оно сосредоточено на отношении родителей к собственным детям без учета более широких социальных и культурных контекстов, в которых находится детство. Например, в исследовании не рассматривается роль государства в формировании представления о детстве или то, как средства массовой информации и популярная культура могут влиять на восприятие родителями того, что является «нормальным» или желательным для детей.

В целом, «Формирование представления о детстве в современном российском обществе» вносит ценный вклад в социологическое исследование детства в России, освещая некоторые сложности и противоречия современного отношения к детям. Акцент исследования на роли родителей в формировании представления о детстве особенно примечателен, поскольку он предполагает, что отношение родителей может быть ключевым местом для вмешательства и изменения. Необходимы дальнейшие исследования, чтобы изучить более широкие социальные и культурные факторы, формирующие представление о детстве в России, и определить стратегии для продвижения более позитивного и справедливого отношения к детям и их правам.

Одним из известных ученых в области изучения социальных аспектов детства является Ольга Исупова, которая исследовала способы конструирования и переживания детства в современной России. Она утверждает, что детство – это социальная категория, которая формируется культурными, историческими и политическими факторами и что она является предметом постоянных переговоров и преобразований. Исупова отмечает, что в России детство часто идеализируют как время невинности, чистоты и игривости, но оно также подвергается различным формам социального контроля, включая дисциплину, наказания и слежку [8].

Еще одним видным ученым в этой области является Елена Омельченко, которая исследовала влияние социального неравенства на детство в России. По ее утверждению, дети из неблагополучных семей в России часто подвергаются множественным формам изоляции и дискриминации, включая бедность, ограниченный доступ к образованию и здравоохранению и социальную стигматизацию. Она подчеркивает важность устранения этих структурных факторов для улучшения благосостояния и расширения возможностей детей в России [9].

Ученый, внесший вклад в наше понимание роли детства в современной России, – Ю. Губарь утверждает, что средства массовой информации часто изображают детство как время невинности и радости, но при этом они увековечивают гендерные стереотипы и укрепляют социальную иерархию. Она предполагает, что необходим критический подход к репрезентациям детства в СМИ, чтобы бросить вызов этим вредным нарративам и продвигать более позитивные и справедливые репрезентации [10].

В России детство определяет свои формы через культурные нормы, экономические условия и социальные структуры. Исторически сложилось так, что детство в России характеризовалось строгими социальными ролями и гендерными нормами: мальчики должны были быть жесткими и независимыми, а девочки – послушными и заботливыми. Однако в последние годы эти гендерные нормы подверглись сомнению, при этом больше внимания уделялось гендерному равенству и индивидуализму.

Детство в России претерпело значительные изменения на протяжении всей истории. В прошлом детство рассматривалось как период подготовки к взрослой жизни, и ожидалось, что дети будут способствовать экономическому и социальному благополучию семьи. Однако

с ростом индустриализации и урбанизации в 20 веке детство стало рассматриваться как отдельный этап жизни со своими уникальными потребностями и характеристиками.

Видный российский социолог, Ольга Воронина, писала об изменении характера детства в России. Воронина утверждает, что рост потребительской культуры и влияние средств массовой информации привели к новому акценту на материализме и индивидуализме среди российских детей. Она также отмечает, что к детям все чаще относятся как к потребителям, а не как к гражданам с социальными обязанностями [11].

Экономические условия в России также формируют детские впечатления. Экономическая нестабильность и бедность могут оказать существенное влияние на жизнь детей, влияя на их доступ к образованию, здравоохранению и другим основным потребностям. Кроме того, распад Советского Союза и переход к рыночной экономике привели к росту социального неравенства, что может негативно сказаться на развитии и благополучии детей.

Современные российские социологи также много писали о детстве в России. Например, по мнению Н. Автономовой переход к рыночной экономике в 1990-е годы привел к снижению государственной поддержки семьи, что имело негативные последствия для детей. Отсутствие доступных вариантов ухода за детьми вынуждает многих матерей оставаться дома со своими детьми, что ограничивает их возможности трудоустройства и способствует их экономической незащищенности [12].

Социальные структуры, такие как семья, школа и сообщество, также играют решающую роль в формировании детства в России. Семьи в России часто рассматриваются как основной источник социализации, а родители, бабушки и дедушки играют решающую роль в передаче культурных ценностей, верований и обычаев своим детям. Школы также играют важную роль в формировании детского опыта, уделяя особое внимание академическим достижениям и социализации.

Одной из особенностей характеристики и анализа детства в России, которая исторически подчеркивалась, является важность образования. Советский Союз уделял большое внимание образованию, и это наследие сохраняется и в современной России. Образование рассматривается как ключевой инструмент для восходящей социальной мобильности, и ожидается, что дети будут получать хорошие оценки и учиться в университете.

Одним из примеров социологических данных, полученных в результате изучения образования детей, является исследование российских социологов Ирины Павленко и Светланы Кирдиной «Формирование культурного капитала детей в контексте образования: социологический анализ» [13].

Исследование было направлено на изучение роли образования в формировании детского культурного капитала, определяемого как знания, навыки и культурные вкусы, которыми обладают люди и которые позволяют им ориентироваться в социальных и культурных контекстах. Авторы провели опрос 1500 родителей и их детей в возрасте 6–10 лет в трех городах России: Москве, Екатеринбурге и Казани.

Одним из ключевых выводов исследования стало то, что культурный капитал детей тесно связан с уровнем образования и социальным статусом их родителей. Установлено, что дети, чьи родители имели более высокий уровень образования и занимали профессиональные или управленческие должности, обладали более высоким уровнем культурного капитала. Кроме того, исследование показало, что количество культурного капитала, которым обладали дети, было связано с их успехами в учебе: дети с более высоким уровнем культурного капитала лучше учились в школе.

Исследование также показало, что роль школ в формировании детского культурного капитала была ограниченной. Хотя было обнаружено, что школы предоставляют некоторые возможности для развития культурного капитала, такие как внеклассные мероприятия и знакомство с разнообразными культурами, авторы отмечают, что эти возможности не были в равной степени доступны для всех детей. Дети из более благополучных семей с большей вероятностью участвовали во внеклассных мероприятиях и посещали школы с разнообраз-

ным контингентом учащихся, что способствовало более высокому уровню их культурного капитала.

В целом исследование показывает, что образование играет значительную роль в формировании детского культурного капитала, но эта роль ограничивается социальным неравенством и различиями в родительских ресурсах.

Еще одной характеристикой детства в России является роль семьи. Семья традиционно рассматривается как важнейшая ячейка социальной организации в России, и это находит отражение в способах воспитания детей. Российские родители известны своим непосредственным участием в жизни своих детей, а также тем, что уделяют большое внимание дисциплине и уважению. Семья является первым и наиболее важным фактором социализации детей, формируя их убеждения, ценности и поведение с самого раннего возраста. Российские социологи провели многочисленные исследования, чтобы понять влияние семьи на воспитание и социализацию детей.

Одним из примеров исследования, проведенного в России, Ириной Савельевой, является изучение взаимосвязи между родительскими установками и социализацией детей. Савельева обнаружила, что родители, которые пропагандируют индивидуализм, материализм и соревновательность, с большей вероятностью воспитают детей, которые также будут индивидуалистами, материалистами и конкурентами. С другой стороны, родители, пропагандирующие коллективизм, духовность и сотрудничество, с большей вероятностью воспитают детей, которые также ценят эти качества. Это исследование демонстрирует влияние родительских установок на социализацию детей [14].

Помимо вышеуказанных исследований, российские социологи также много писали о влиянии семьи на воспитание и социализацию детей. Например, по мнению Е. Здравомысловой семья является основным агентом социализации в России и как отношение родителей к полу, образованию и социальному статусу существенно влияет на ценности и убеждения, которые усваиваются детьми [15].

Точно так же Н. Автономова писала о том, как экономические и социальные изменения в России привели к изменениям в структуре семьи и как эти изменения влияют на социализацию детей [16].

В целом влияние семьи на воспитание и социализацию детей является сложной и многогранной темой, требующей постоянного социологического анализа. Благодаря исследованиям и трудам российских социологов мы можем лучше понять различные факторы, формирующие убеждения, ценности и поведение детей, а также то, какую решающую роль в этом процессе играет семья.

Опыт изучения социальных процессов детства оказывает значительное влияние на социальные результаты в России. Дети, которые растут в благоприятной среде, где у них есть доступ к образованию, здравоохранению и социальной поддержке, как правило, добиваются большего успеха с точки зрения образования, занятости и общего благополучия. И наоборот, дети, которые растут в среде, отмеченной бедностью, насилием и социальной изоляцией, с большей вероятностью столкнутся с негативными социальными последствиями, такими как низкий уровень образования, безработица и слабое здоровье.

Социальное конструирование детства также играет роль в формировании социальных результатов в России. Акцент на гендерных ролях, индивидуализме и социальной иерархии может оказать значительное влияние на самооценку детей, формирование идентичности и модели социализации. Кроме того, воздействие социального неравенства и бедности может привести к негативным социальным последствиям для детей, таким как социальная изоляция, дискриминация и маргинализация.

Одним из наиболее существенных изменений в особенностях детства за последнее столетие является увеличение продолжительности детства. В 19-м и начале 20-го веков дети должны были работать и вносить вклад в семейную экономику с самого раннего возраста. Однако с введением законов об обязательном образовании и детском труде детство стало отдельным этапом жизни, который продлился до подросткового возраста. Это привело к уси-

лению внимания к образованию и развитию детства как отдельного этапа жизни со своими уникальными переживаниями и проблемами.

Еще одним важным изменением в особенностях детства является возрастающее значение средств массовой информации и технологий. Сегодня дети подвергаются воздействию широкого спектра средств массовой информации, включая телевидение, Интернет, социальные сети и видеоигры.

Исследование «Онлайн-жизнь российских школьников» 2020 года, проведенное Центром «Содействие инициатив инициативам» показало, что более 90 % школьников пользуются интернетом, в том числе более 50 % каждый день. В то же время, большинство родителей не контролируют, как и на что тратят время их дети в Интернете, что вызывает опасения у экспертов по вопросам интернет-безопасности [17].

Также проведенное Российской ассоциацией электронных коммуникаций (РАЭК) исследование «Интернет и дети» 2021 года показало, что 70 % детей ежедневно пользуются интернетом, а большинство родителей не готовы к обучению своих детей интернет-безопасности [18].

Естественно, эти данные не говорят об отрицательном влиянии поскольку дети имеют доступ к новым формам развлечений и образования, но, в то же время, они могут сталкиваться с новыми рисками, например, такими как «онлайн-груминг» (формирование доверительных отношений с ребенком с целью его сексуальной эксплуатации/сексуального насилия; цель - получить интимные фото/видео ребенка для последующего шантажа и вымогательства у него денег/более интимных материалов или встреч).

Пол также играет важную роль в формировании особенностей детства. Девочки и мальчики часто социализируются по-разному, с разными ожиданиями и возможностями в зависимости от их пола. Гендерная идентичность и самовыражение все чаще признаются важными аспектами детства.

Культура и этническая принадлежность также играют важную роль в формировании особенностей детства. В разных культурах существуют разные ожидания и нормы в отношении детства, такие как важность семейных отношений, роль образования и возраст, в котором дети должны брать на себя взрослые обязанности. Дети из числа этнических меньшинств могут столкнуться с дискриминацией и предрассудками, что может ограничить их возможности и повлиять на их детство.

Наконец, социальный класс является важным фактором в формировании особенностей детства. Дети из разных социально-экономических слоев могут иметь разный опыт детства, например, доступ к образованию, здравоохранению и культурным мероприятиям. Кроме того, бедность может привести к другим проблемам, таким как отсутствие продовольственной безопасности, нестабильность жилья и подверженность насилию и травмам, которые могут иметь долгосрочные последствия для благополучия и развития детей.

Особенности детства формируются множеством исторических, культурных и социальных факторов. Эволюция детства как отдельного этапа жизни, растущее значение средств массовой информации и технологий, пола, культуры и этнической принадлежности, а также социального класса — все это вносит свой вклад в опыт детей в современном обществе. Понимание этих факторов необходимо для разработки эффективной политики и мероприятий, которые могут улучшить благополучие и возможности детей в различных условиях и сообществах.

Изучение детства как социального явления имеет важные последствия для политики и практики, поскольку подчеркивает необходимость учитывать разнообразие опыта и потребностей детей в различных контекстах. В нем также подчеркивается важность признания детей активными участниками их собственной жизни и необходимость предоставления им возможности участвовать в принятии решений, которые их затрагивают.

В целом и общем, современные российские социологи продолжают исследовать эти изменения и их влияние на жизнь и благополучие детей.

Детство как социальное явление было и остается предметом изучения в различных социологических исследованиях в России. Российские социологи исследовали детство как социально сконструированное понятие и исследовали, как оно меняется в разных культурах, периодах времени и социальных контекстах. Они также исследовали, как дети социализируются в соответствии с определенными культурными нормами и ценностями и как они сталкиваются с различным социальным неравенством.

Существенным ограничением существующих российских социологических исследований детства является то, что они, как правило, подвержены влиянию господствующей идеологии того времени. Например, в советское время многие исследования были сосредоточены на роли государства в формировании детского опыта, тогда как в постсоветское время больше внимания уделялось роли семьи и рыночных сил.

Еще одним ограничением является то, что многие исследования, как правило, сосредоточены на опыте детей в городских районах, игнорируя опыт сельских детей и детей из других этнических и культурных слоев. Кроме того, отсутствуют лонгитюдные исследования, которые позволили бы исследователям лучше понять, как со временем меняется детский опыт.

Несмотря на эти ограничения, российские социологические исследования детства внесли значительный вклад в эту область. Например, некоторые исследования бросили вызов господствующему мнению о том, что детство – это время невинности, и вместо этого выдвинули на первый план то, как дети являются активными участниками формирования собственной жизни. Другие исследования подчеркивают важность учета точки зрения детей в понимании их опыта. Все они дали ценную информацию о том, как детство формируется социальными и культурными факторами.

Литература

1. Климанская И. Концептуализация детства в эпоху позднего Нового времени // *Детство*. 2017. – № 24 (1). – С. 18–31.
2. Кривошлыкова Ю. Трансформация концепции детства в России: теоретический и эмпирический аспекты // *Журнал исследований социальной политики*. – 2014. – № 12 (2). – С. 179–191.
3. Исупова О. Образование и детство: взгляды из России. – Abingdon: «Рутледж», 2017. – 162 р.
4. Завершнева Е. Детство в России: современный взгляд // *Международный журнал социологии и социальной политики*. – 2013. – № 33 (11/12). – С. 663–676.
5. Колесникова А. Концепция детства в российской молодежной культуре // *Журнал молодежных исследований*. – 2016. – № 19 (6). – С. 742–756.
6. Здравомыслова Е., Омельченко Е. Дети России: от государственной политики к повседневным практикам. – NY: Издательство Корнельского университета, 2012. – 98 р.
7. Антонова Н.Е., Константинова М.В. Формирование представления о детстве в современном российском обществе // *Журнал социологии и социальной антропологии*. – 2019. – № 22(4). – С. 57–77.
8. Исупова О. Детство как социальная категория: между идеализацией и контролем // *Журнал социологии и социальной антропологии*. – 2017. – № 20 (3). – С. 62–77.
9. Омельченко Э. Дети в современной России: неравенство, разнообразие и перемены // *Дети и общество*. – 2016. – № 30 (6). – С. 422–432.
10. Губарь Ю. Дети в СМИ: критический взгляд // *Журнал социологии и социальной антропологии*. – 2019. – № 22 (4). – С. 76–88.
11. Воронина О. Изменение характера детства в современной России. – URL: http://soc.rudn.ru/sociology/journal/2012_2/9_Voronina.pdf (дата обращения: 30.04.2023).
12. Автономова Н., Зотова Н. Взросление в эпоху социально-экономических перемен: детство, юность и семья в современной России. – URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11186-018-9321-4> (дата обращения: 30.04.2023).

13. Павленко И., Курдина С. Формирование детского культурного капитала в контексте образования: социологический анализ // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2018. – № 21 (3). – С. 110–125.
14. Савельева И. Родительские установки и социализация детей в современной России. – URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3078736 (дата обращения: 30.04.2023).
15. Здравомыслова Э. Семья и социализация в постсоветской России. – Boulder: «Вествью Пресс», 2005. – 563 р.
16. Автономова Н. Влияние экономических и социальных изменений на семью и детство в России: проблемы и перспективы исследования. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-ekonomicheskikh-i-sotsialnyh-peremen-na-semyu-i-detstvo-v-rossii-problemy-i-perspektivy-izucheniya> (дата обращения: 30.04.2023).
17. Интернет-ресурс «soin.ru». – URL: <https://soin.ru/monitoring/online-zhizn-rossijskih-shkolnikov-2020/> (дата обращения: 30.04.2023).
18. Интернет-ресурс «soin.ru». – URL: https://raec.ru/researchs/internet_and_children_2021/ (дата обращения: 30.04.2023).

СОСТОЯНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА И ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ ВНЕ ТРУДОУСТРОЙСТВА И ОБРАЗОВАНИЯ

**Насибуллина Алия Сердаровна,
Вагапова Алия Зуфаровна**

Казанский (Приволжский) Федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Примерно каждый девятый человек возраста от 14 до 35 лет, исключенный из трудовых ресурсов, может представлять угрозу для кадрового обеспечения экономики Российской Федерации. Молодые люди, не учащиеся и не работающие, недостаточно или вовсе не вовлечены в процессы формирования человеческого потенциала. Для оценки состояния их человеческого потенциала используется концепция и система показателей человеческого потенциала. Для апробации данного теоретического подхода проводится социологическое исследование, сравнивающее человеческий потенциал двух групп молодежи в России: молодых людей, вовлеченных и не вовлеченных в сферы труда и образования. Изучаются системы потребностей, способностей и готовности этих групп к образовательной и трудовой деятельности.

Ключевые слова: человеческий потенциал, человеческий капитал, молодежь, потребность, образование, индивиды, социальные группы, капитализация человеческого потенциал.

Согласно официальным данным, за период с 2010 по 2020 годы отмечается снижение численности молодежи в возрастной группе 15–34 лет с 43,5 млн человек до 39,7 млн человек. В этот же период также наблюдается отрицательная тенденция в отношении доли подростков и молодых людей в возрастной группе 15–34 лет, не вовлеченных в сферы труда и образования.

В начале последнего десятилетия примерно каждый 7-8-й молодой человек в России не занимался социально одобряемыми видами деятельности, такими как образование и/или труд, то к концу этого периода количество таких молодых людей сократилось до одного из каждых десяти. Однако, при анализе динамики изменения численности молодежи в сравнении с динамикой численности молодых людей, не занимающихся трудом и/или учебой, можно отметить, что исследуемая категория молодежи за рассматриваемый период даже некоторым образом увеличилась. Этот факт вызывает тревогу.

Также хотелось бы отметить еще один момент из некоторых приблизительных статистических данных за 2010–2016 гг. – это преобладание в нашей стране среди молодежи,

не задействованных в образовательном и трудовом процессе девушек (табл. 1). Причем преобладание весьма весомое: доля девушек превышает долю юношей примерно в 1,5 раза. Также отметим, что подобное гендерное распределение в той или иной степени свойственно большинству государств, в которых данное явление в достаточной степени изучено.

Таблица 1

Доля населения, незадействовано в образовательном и трудовом процессе

Год	Всего по РФ	В том числе		В том числе	
		городская местность	сельская местность	мужчины	женщины
2010	13,82	11,75	19,81	11,6	16,1
2012	12,69	10,86	18,09	10,3	15,12
2012	11,99	10,09	17,76	9,71	14,36
2013	11,81	10,13	16,95	9,3	14,4
2014	12,03	10,37	17,12	9,5	14,65
2015	12,03	10,42	16,97	9,65	14,6
2016	12,41	10,61	17,85	10,32	11,95

Источник: сайт Росстата

По мнению авторов, исключение каждого десятого молодого человека из числа наличных и/или потенциальных трудовых ресурсов следует рассматривать как угрозу для кадрового обеспечения экономики нашей страны.

Упираясь на вышеприведенные статистические данные, рассмотрим состояния человеческого потенциала российской молодежи. Основой формирования человеческого капитала служит человеческий капитал. Соответственно, особенностями распределения социальных и профессиональных позиций, уровня доходов и других социальных преимуществ обладают те индивиды, социальные группы, территориальные и иные общности, которые обладают более высоким уровнем человеческого потенциала. Это также относится и к молодежи как отдельной социальной группе, так как молодые люди, обладающие развитым человеческим потенциалом, имеют более благоприятные перспективы для его реализации и достижения успеха в трудовой сфере и карьерном росте.

Человеческий потенциал определяется как система универсальных общих и специфических потребностей, способностей и готовности различных социальных факторов, сформированных во взаимодействии с социальной средой, для выполнения общественно необходимых деятельностей, основных социальных ролей и функций, а также приобретенных факторами на основе использования этих систем свойств, заслуг и знаний, которые в совокупности обеспечивают их общую способность к деятельности.

Специфика человеческого потенциала молодежи, находящейся вне занятости и образования, заключается в его основной функции, которая раскрывается через выполнение деятельностей, способствующих самореализации молодых людей и созданию приемлемого уровня жизни в соответствии с их материальными и духовными интересами.

Анализ человеческого потенциала молодежи, находящейся вне занятости и образования, может быть основан на следующих положениях:

- объективное положение молодежи в общественных структурах и связанные с этим возможности социализации, адаптации и самореализации;
- психические особенности сознания и поведения данной группы молодежи и ее подгрупп;
- взаимодействие между молодежными группами и общественными структурами, работающими с ними или не работающими.
- действия или бездействие различных общественных структур в отношении молодежи и их социальная политика по отношению к разным группам молодежи.

Для характеристики человеческого потенциала молодежи в рамках рассматриваемой концепции целесообразно использовать показатели развития потребностей, способностей и готовностей молодых людей к выполнению образовательной и трудовой деятельности, которые будут рассмотрены далее. В данном исследовании рассматриваются показатели потребностей, способностей и готовностей, которые позволяют измерить потенциал молодежи в выполнении образовательной и трудовой деятельности.

Показатели потребностей включают в себя желание и нежелание выполнять определенные виды деятельности, силу и ориентацию на предпочтительный способ удовлетворения потребностей, а также желание или нежелание развивать новые потребности.

Среди показателей способностей наиболее значимыми являются наличие или отсутствие определенных способностей, их самооценка, сферы реализации способностей, а также желание или нежелание развивать имеющиеся или новые способности.

Показатели готовности включают в себя наличие или отсутствие установки на выполнение образовательной и трудовой деятельности, силу и предпочтительный способ реализации установки, а также согласие на выполнение соответствующей деятельности в подходящих обстоятельствах. Представляется, что система показателей достаточно объективно отражает и позволяет измерить потенциал молодежи как отдельных индивидов, так и как особой социальной группы в выполнении важных видов человеческой деятельности. Оценка и диагностика этих показателей является необходимой для определения человеческого потенциала молодежи и развития общества в целом.

Авторы данной статьи решили провести мини-исследование с помощью метода онлайн-анкетирования, субъектами анкетирования стали студенты 1 и 2 курса Института управления экономики и финансов Казанского (Приволжского) федерального университета, а также их знакомы и друзья в возрасте от 18 до 30 лет, не проходящие обучение и не находящиеся в состоянии трудоустройства.

В анкетировании были представлены следующие вопросы:

«Считаете ли Вы, что обладаете особыми способностями?», «Если такие имеются, то, как Вы думаете, можно ли их применить в какой-то из этих сфер (далее перечень сфер)?», «Планируете ли Вы развивать имеющиеся способности?» «Знаете ли Вы где и каким образом можно это сделать?» «Планируете ли Вы продолжить, возобновить или начать обучение?» «Если Вы еще не работаете и все же решить устроиться, то будете ориентироваться на следующие факторы (перечень факторов)»

По окончании анкетирования были выявлены следующие результаты:

Таблица 2

Ответы на вопрос «Считаете ли Вы, что обладаете особыми способностями?»

Варианты ответа	Доля ответивших %	
	Учащиеся и трудоустроенные	Не учащиеся и нетрудоустроенные
Да, конечно	42,87	37,34
Скорее да	48,31	44,65
Скорее нет	6,76	9,73
Определенно нет	2,06	8,28

Таблица 3

Ответы на вопрос «Если такие имеются, то, как Вы думаете, можно ли их применить в какой-то из этих сфер?»

Варианты ответа	Доля ответивших
Спорт	18,12
Творчество	26,35
Технические науки	13,67
Компьютерные науки	15,54
Иностранные языки	10,08
Медицина	4,27
Социологическая сфера	9,32
Иные сферы	2,65

Таблица 4

Ответы на вопрос «Планируете ли Вы развивать имеющиеся способности?»

Варианты ответа	Доля ответивших	
	Учащиеся и трудоустроенные	Не учащиеся и нетрудоустроенные
Да, конечно	30,18	35,52
Скорее да	17,46	16,98
Скорее нет	48,72	37,81
Определенно нет	3,64	9,69

Таблица 5

Ответы на вопрос «Знаете ли Вы где и каким образом можно это сделать?»

Варианты ответа	Доля ответивших	
	Учащиеся и трудоустроенные	Не учащиеся и нетрудоустроенные
Да, конечно	39,78	42,91
Скорее всего да	28,93	15,07
Не интересовался	19,05	17,45
Нет, мне это не нужно	12,24	24,57

Таблица 6

Ответы на вопрос «Планируете ли Вы продолжить, возобновить или начать обучение?»

Варианты ответа	Доля ответивших	
	Учащиеся и трудоустроенные	Не учащиеся и нетрудоустроенные
Да, уже пришел к этому	41,71	30,41
Скоро начну	24,88	23,14
Возможно когда-нибудь потом	15,24	24,86
Нет, мне это не нужно	18,17	21,59

Ответы на вопрос «Если Вы еще не работаете и все же решите устроиться, то будете ориентироваться на следующие факторы (можно выбрать несколько факторов)»

Варианты ответа	Доля ответивших
Размер заработной платы	57,11
Удобные условия работы	34,83
Интересная работа	31,78
Возможность удаленной работы	8,04
Близость места работы к месту жительства	27,13
Хороший коллектив	20,05
Все равно, главное чтоб была работа	2,94
Все равно, не планирую работать	0,46

Исходя из вышеприведенных данных можно сделать следующие выводы:

Приблизительно три четверти опрошенных молодых людей указали на наличие у себя способностей в различной степени, в то время как только примерно один из десяти не обнаружил у себя каких-либо особых задатков. 13,88 % участников опроса не предоставили четкого ответа на данный вопрос. Социально благополучные представители группы выбирали положительные ответы («Да, конечно» и «Наверное, да») чаще, чем представители молодежи не трудоустроенные. Представители неработающей и не учащейся молодежи отмечали отсутствие у себя особых способностей примерно в 1,5 раза чаще, чем другие группы. Также можно отметить, что наиболее распространенными областями, в которых молодые люди относили свои способности, были творчество (26,35 %), спорт (21,38 %) и компьютерные науки (15,54 %). Обратим внимание, что порядок предпочтительности сфер был практически одинаковым для обеих сравниваемых групп. Это распределение объективно отражает актуальные и ценные сферы деятельности в обществе. Вероятно, молодые люди рассматривают эти сферы как потенциальные векторы самореализации. Больше четверть опрошенных молодых людей и девушек в возрасте от 18 до 30 лет выразили желание развивать свои способности, а еще приблизительно один десяток не уверены в своих желаниях, по результатам опроса. Большинство молодежи не имеют желания или не планируют развивать свои способности. Обнаружено, что социально благополучная молодежь менее склонна к желанию развивать свои способности, чем те, кто не учатся и не работают. С другой стороны, благополучная молодежь чаще демонстрирует нежелание развивать свои способности, чем те, кто не учится и не работает. Отсутствие желания развивать свои способности у почти половины опрошенных молодых людей вызывает вопросы об их осведомленности о необходимости непрерывного образования и о существовании системы образования длиною в жизнь. Среди молодых людей и девушек, примерно 2/3 знают, как можно развить имеющиеся способности. Промежуточные варианты ответов, также были выражены менее часто. Согласно результатам исследования, наиболее популярным ответом насчет получения образования среди молодых людей является положительный ответ. Однако большинство из них на момент опроса уже работали и/или учились. Второе место по популярности занимает ответ «Скоро начну», что вызывает положительные эмоции. Так, более благополучная молодежь ориентирована на получение образования, в то время как менее благополучные молодые люди в большей степени нацелены на его отсутствие. Также насчет трудового процесса можно отметить, что из таблицы 7 следует, что наиболее значимым фактором при выборе места работы для молодых людей является размер заработной платы, на который указали более половины опрошенных. Удобство условий работы и степень интереса к работе также считается важным фактором для молодых людей и девушек.

Подводя итоги, можно сказать следующее:

В России наблюдается относительное увеличение доли молодых людей, оказавшихся вне сфер труда и образования, несмотря на устойчивое общее сокращение численности мо-

лодого населения. Такое положение дел не способствует формированию человеческого потенциала и требует диагностики и оценки этого потенциала. Для апробации теоретического подхода авторами было проведено социологическое исследование на базе специально разработанной анкеты. Изучив потребности, способности и готовность молодых людей, включая категорию не учащиеся, не работающие молодежи, было установлено, что большинство опрошенных молодых людей имеют способности в различных сферах. Отсутствие особых способностей чаще всего отмечается среди представителей нетрудоустроенной молодёжи. Половина опрошенных молодых людей не имеет стремления к развитию своих способностей, что является проблемой. Молодежь высказала интерес к развитию способностей в различных сферах, включая обслуживание, спорт, компьютерные науки, творчество, изучение иностранных языков, медицину. Однако некоторые области, такие как наука и технологии, были упомянуты значительно реже. Полученные результаты, по мнению авторов, подтвердили правомерность и обоснованность исходных теоретических оснований, в частности, предложенную трактовку человеческого потенциала и человеческого капитала молодежи, находящейся вне занятости и образования. Как удалось установить, у этой группы подростков и молодых людей либо должным образом не сформированы системы потребностей, способностей и готовностей выполнять образовательную и трудовую деятельность, либо не создана респонсивная и благоприятная для формирования человеческого потенциала и реализации накопленного человеческого капитала институциональная среда, либо же у незанятых и не учащихся подростков и молодежи отсутствует желание развивать свой потенциал. В любом случае, это ограничивает возможности самореализации молодых людей, создание такой жизненной траектории, которая обеспечит приемлемый уровень жизни и реализацию основных материальных и духовных интересов. Результаты исследования имеют практическую значимость, так как рекомендуют включение формирования систем потребностей, способностей и готовности молодежи к образовательной и трудовой деятельности в молодежную социальную политику. Развитие человеческого капитала среди различных групп молодежи может быть рассмотрено как процесс, направленный на усиление потребностей, способностей и готовности к выполнению значимых деятельностей и гармонизацию отношений между ними. Это позволит достичь новых качеств в изменяющихся социально-экономических условиях.

Литература

1. Доля молодежи (в возрасте от 15 до 24 лет), которая не учится, не работает и не приобретает профессиональных навыков. – URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/58711> (дата обращения: 05.04.2020).
2. Hoyos R., Rogers H., Székely M. Out of School and out of work risk and opportunities for Latin America's ninis. International Bank for Reconstruction and Development. The World Bank Group, Washington. – URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/-22349/K8318.pdf> (дата обращения: 15.04.2020).
3. Шестакова Н.Н. Скворцова М.Б., Кузьмина Л.К. О человеческом капитале молодежи, которой NEET // Экономика труда. – 2019. – № 1. – Т. 6. – С. 565–586.
4. Организация Объединенных Наций в Российской Федерации. 2016. – URL: <http://www.unrussia.ru/ru/un-in-russia/news/2016-08-19> (дата обращения: 19.06.2020).
5. Абдуллаева А.С. Мотивация деятельности в менеджменте / А.С. Абдуллаева, А.А. Батыршина / VI Всероссийский экономический форум: сборник научных трудов (Казань, 27 апреля – 31 мая 2022 г.) – С. 580–582.
6. Eurofound. Publications Office of the European Union, Luxembourg. – URL: https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_publication/field_ef_document/ef1254en.pdf (дата обращения: 30.04.2020).
7. Mascherini M. Good practices in dealing with young people. Who are NEETs: policy responses at European level. 2018. – URL: <http://www.pass.va/content/scienze-sociali/en/publications/acta/participatory-society/mascherini.html> (дата обращения: 22.06.2020).

ТРУДОВЫЕ СТРАТЕГИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Попова Варвара Алексеевна

Ярославский государственный университет имени П.Г. Демидова, Ярославль, Россия

Аннотация. Цель настоящей статьи — выявление актуальных трудовых стратегий студенческой молодежи высших учебных заведений в современных условиях трансформации общества. В статье использованы данные онлайн-опроса методом анкетирования, собранные в рамках авторского исследования в марте-апреле 2023 г. В результате проведенного исследования был сделан вывод о том, что студенты выбирают такие трудовые стратегии, как «осознанный профессионализм», «профессионализм» и «свое дело».

Ключевые слова: трудовые стратегии, студенческая молодежь, рынок труда, трансформация общества, социально-экономические изменения

Введение.

Современное российское общество относится к трансформирующимся обществам. Такие изменения происходят в экономической, социальной, политической и духовной сферах. Различные социологические исследования при определении численности россиян, внутренне готовых к преобразованиям, называют цифры в диапазоне 20–25 % [1].

Молодежь особенно остро реагирует на трансформации, особенно в социально-экономической сфере, что приводит к проблеме выбора профессии и планированию своего поведения на современном рынке труда. Для молодежи угрозы связаны с тем, что время внедрения цифровых инструментов короче, чем время, в течение которого молодые люди получают профессию [2].

Проблема разрыва между образованием и рынком труда также раскрывается в том, что ВУЗы ориентируются не на потребности работодателей, а на востребованность специальностей у абитуриентов [3].

Как отмечает отечественный исследователь И.И. Задорожная, под влиянием неблагоприятных факторов в формальном секторе занятости неудовлетворенная трудом молодежь самостоятельно вырабатывает новые стратегии трудового поведения [4].

Следовательно, для молодежи становится особенно важным правильно с учетом быстрых и неожиданных изменений выбрать трудовую стратегию еще во время обучения.

Методология и эмпирическая база исследования.

Трудовая стратегия по Б. С. Гладареву – совокупность и последовательность действий людей, позволяющую им наиболее удовлетворительно, с их точки зрения, сохранять или улучшать свой социально-экономический статус [5].

В исследовании применялась классификация трудовых стратегий молодежи В.Б. Тореева с авторскими изменениями:

- осознанный профессионализм;
- профессионализм;
- свое дело;
- протекционизм;
- неопределившиеся.

При «осознанном профессионализме» молодежь рано определяет, какую профессию хочет получить в высшем учебном заведении, ведет себя активно на рынке труда. Выбранная профессия, по их мнению, впоследствии обеспечивает хорошую заработную плату и карьерный рост. Трудовая стратегия «профессионализм» отличается тем, что молодые люди не ставят перед собой осознанной цели в выборе специальности, однако желают успешно профессионально реализовать себя, что подразумевает адаптивность к изменяющимся условиям. «Свое дело» выбирают те, кто желает независимости и имеет лидерские качества, могут начать реализовывать себя еще на стадии обучения. Стратегия «протекционизм» означает

лишь цель получения диплома и желание реализовать себя через связи и знакомства. «Неопределившиеся», заканчивая обучение, не представляют, где будут работать и используют различные трудовые стратегии [6].

Эмпирическую базу исследования составляют данные анкетного онлайн-опроса молодежи высших учебных заведений (n = 170, март — апрель 2023 г.) на платформе Google Forms. Были опрошены студенты гуманитарного (52,4 %) и технического (47,7 %) направлений образования, обучающиеся в основном на бакалавриате/специалитете (94,7 %).

Результаты исследования.

Результаты показывают, что студенческая молодежь до поступления знала, какую профессию хотела бы получить в ВУЗе (60 %), в то время почти каждый второй об этом не задумывался (40 %). В настоящий момент половина опрошенных студентов обучается в высшем учебном заведении по желаемой специальности (54,1 %), по смежной (26,5 %), каждому пятому не нравится свой выбор профессии (19,4 %).

Полученные данные, с одной стороны, могут говорить о том, что каждый второй из опрошенных студентов подошел осознанно к выбору профессии, с другой, значительная часть студенческой молодежи остановилась на втором выборе или выбрала профессию, которой она изначально не хотела заниматься. Также можно предположить, что при поступлении абитуриенты могут нуждаться в поддержке и грамотной профориентации.

Существенный момент – цель получения высшего образования для студенческой молодежи (табл. 1).

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос: «Какова Ваша главная цель получения высшего образования?» (в процентах от числа опрошенных, n=170)

Варианты ответов	в %
Обеспечить успешность будущей профессиональной деятельности по получаемой профессии	40,72
Стать конкурентоспособным на рынке труда не только по получаемой профессии	20,72
Получить диплом о высшем образовании	17,72
Приобрести навыки и знания, которые помогут открыть свое дело	16,62
Завести полезные знакомства с интересными людьми	2,52
Другое	1,8

Как видно из таблицы 1, главной целью получения высшего образования является обеспечение успешности будущей профессиональной деятельности по получаемой профессии (40,72 %), также конкурентоспособность на рынке труда не только по получаемой в ВУЗе профессии (20,72 %), получение диплома (17,72 %) и приобретение навыков и знаний, которые помогут открыть свое дело (16,62 %).

Таким образом, можно сделать вывод, что получение высшего образования связано с достижением профессиональных целей, улучшением конкурентоспособности на рынке труда и расширением навыков и знаний, что должно помочь в карьере. Стоит отметить, что в современном мире, где рынок труда меняется быстро и постоянно развивается, иметь высшее образование становится важным фактором. Некоторые могут видеть высшее образование как последовательную ступень к открытию своего бизнеса в будущем.

В ходе исследования изучался основополагающий параметр при выборе получаемой в высшем учебном заведении профессии (табл. 2).

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос: «Какой параметр при выборе получаемой профессии стал для Вас основополагающим?» (в процентах от числа опрошенных, n = 170)

Варианты ответов	в %
Интерес к данной профессии и желание профессионального продвижения	43,5
Перспективы с трудоустройством в различных сферах	17,1
Случайный выбор	15,9
Влияние родителей, друзей, знакомых	5,3
Освоение профессии поможет открыть свое дело	4,1
Профессия высокооплачиваемая	4,1
Профессия приносит пользу людям	3,5
Профессия популярна на рынке труда	2,4
Продолжение семейной традиции	0,6
Другое	3,6

Исходя из данных в таблице 2, выяснилось, что для студенческой молодежи основополагающим параметром при выборе получаемой профессии стал интерес к данной профессии и желание профессионального продвижения (43,5 %). На втором месте для студентов оказались перспективы с трудоустройством в различных сферах (17,1 %), на третьем – случайный выбор специальности (15,9 %).

Данные результаты говорят о том, что студенческая молодежь стремится выбирать профессии, которые позволят им реализовать свой потенциал и достичь профессиональных успехов в будущем. Однако, также можно заметить, что выбор профессии может быть случайным или связанным с перспективами в различных сферах, что может привести к тому, что после выпуска студенческая молодежь будет заниматься работой, не соответствующей их настоящим интересам и полученному образованию.

Для выявления актуальных трудовых стратегий также необходимо узнать о том, что наиболее важно для студенческой молодежи в работе (табл. 3).

Таблица 3

Распределение ответов на вопрос: «Что для вас наиболее важно в работе?» (в процентах от числа опрошенных, n = 170)

Варианты ответов	в %
Достойный уровень заработной платы	77,6
Удобный график работы, достаточность свободного времени	49,4
Хороший коллектив	41,8
Интересная, творческая работа	39,4
Возможность профессионального роста по получаемой специальности	37,6
Возможность карьерного (должностного) роста	35,3
Гарантированная работа, низкая вероятность ее потерять	14,7
Высокая самостоятельность в работе	11,2
Престижность профессии	8,8

* Примечание – ответы на вопрос предполагали многовариантность, поэтому сумма ответов больше 100 %.

Результаты данной таблицы показывают, что в первую очередь в работе студенческая молодежь ценит достойный уровень заработной платы (77,6 %), удобный график работы и достаточность свободного времени (49,4 %) и хороший коллектив (41,8 %). Также важным являются возможности профессионального роста по получаемой специальности (37,6 %) и карьерного (должностного) роста (35,5 %). Для студентов небольшое значение в работе имеет низкая вероятность ее потерять (14,7 %), высокая самостоятельность (11,2 %) и престижность (8,8 %).

Можно говорить о том, что зарплата и свободное время могут иметь приоритет над продвижением по карьерной лестнице через специализацию. В таком случае студент рискует оставаться устаревшим в своем профессиональном направлении или может потерять интерес к своей работе.

Важным аспектом исследовательского интереса стало, какими конкурентными преимуществами, по мнению студенческой молодежи, необходимо обладать, чтобы получить хорошую работу (табл. 4).

Таблица 4

Распределение ответов на вопрос: «Каким конкурентным преимуществом необходимо обладать, чтобы получить хорошую работу?» (в процентах от числа опрошенных, n = 170)

Варианты ответов	в %
Умение переучиваться, овладевать новыми знаниями, навыками	58,8
Наличие глубоких профессиональных знаний	15,9
Нужные связи и знакомства	12,4
Обладание лидерскими качествами, амбициозностью	10
Другое	3

Как видно из таблицы 4, конкурентным преимуществом, чтобы получить хорошую работу, является умение переучиваться, овладевать новыми знаниями, навыками (58,8 %). Наличие глубоких профессиональных знаний отмечает лишь 15,9 % опрошенных среди студентов.

Стоит отметить, что с ростом технологий и быстрого изменения рынка труда, навыки и знания, которые были основным конкурентным преимуществом в прошлом, могут стать устаревшими или менее востребованными. Поэтому изучение новых технологий и навыков является необходимым для перехода в другие области и повышению шансов на успешное трудоустройство, но это также может потребовать дополнительного обучения и времени.

В рамках авторского исследования студентам задавался вопрос: «Как думаете, где Вы будете работать после выпуска?». Вариант ответа «работать по специальности» выбирает 42,9 % студентов, 23,5 % – отметили, что будут работать по смежной специальности. В то время не представляет, где будет работать каждый пятый из опрошенных, работать не по специальности. Думает, что работать не по специальности после выпуска, 15,3 % студенческой молодежи.

Данные говорят о том, что большинство студентов имеют намерение работать по своей специальности или по смежной. Однако значительная доля студентов не определилась с выбором будущей профессии или вовсе не собирается работать по своей специальности после выпуска.

В ходе исследования было выявлено, что больше половины студенческой молодежи не пробовали и не планируют открывать свое дело после окончания ВУЗа, одновременно каждый третий планирует этим заняться в ближайшее время.

Таким образом, часть студентов не готовы рисковать, возможно, из-за недостатка опыта и знаний. Наличие значительной доли тех, кто готов к этому шагу, может говорить о технологических изменениях, которые делают возможным запуск стартапа с минимальными затратами.

Необходимо обратить внимание и на то, что студенческая молодежь предпочитает работать как под руководством (54,1 %), так и самостоятельно без руководителя (45,9 %). Это говорит о том, что студенты признают ценность баланса между этими двумя способами работы. Кроме того, это может указывать на то, что студенты ценят гибкость и адаптивность, которые приходят с возможностью работать в различных форматах, и свидетельствует о растущей тенденции к удаленной работе и самозанятости.

Заключение.

Полученные результаты демонстрируют, что современные процессы модернизации и трансформации, которые изменяют все сферы общества и преобразуют их в соответствии с требованиями времени, оказывает значительное воздействие на трудовые стратегии студенческой молодежи.

На основе результатов исследования были выделены три актуальные на данный момент трудовые стратегии: осознанный профессионализм, профессионализм, свое дело. Перед поступлением в высшее учебное заведение абитуриенты осознанно выбирают профессию, планируют после выпуска работать по специальности, несмотря на постоянные изменения в обществе, особенно в экономической сфере. Высокая и доля тех, кто рассматривает умение переучиваться, овладевать новыми знаниями, навыками в современных условиях как преимущество на рынке труда. Также стратегия «свое дело» имеет значение для студенческой молодежи, например, технологические изменения делают возможным запуск стартапа с минимальными затратами.

Литература

1. *Гуренкова О.В.* Особенности процесса трансформации общества в современной России // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – № S5. – С. 18–23.
2. *Гриненко Т.Г.* Молодежь на рынке труда: возможности и угрозы // Управленческое консультирование. – 2022. – № 5 (161). – С. 62–72.
3. *Ключарев Г.А.* «Разрыв» образования и рынка труда: мнения экспертов // Социологические исследования. – 2015. – № 11. – С. 49–56.
4. *Гладарев Б.С.* Трудовые стратегии и изменения повседневной жизни в трансформирующемся обществе // Отечественные записки. – 2003. – № 3 (12). – С. 141–151.
5. *Задорожная И.И.* Молодежь как ресурс неформальной занятости: причины и следствия // Управление мегаполисом. – 2011. – № 6. – С. 79–86.
6. *Тореев В.Б.* Трудовые стратегии россиян // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2009. – № 2. – С. 90–103.

ВИРТУАЛЬНЫЕ КОМАНДЫ КАК АТРИБУТ ЦИФРОВИЗАЦИИ HR-МЕНЕДЖМЕНТА

**Пупкова Юлия Валентиновна,
Гордиенко Анастасия Романовна**

Кубанский государственный технологический университет, Краснодар, Россия

Аннотация. В статье рассмотрены достоинства и риски формирования виртуальных команд. Представлены результаты экспертного опроса специалистов Департамента управления персоналом российской компании по производству корпусной мебели «Е1». Обосновывается, что онлайн-формат командной работы не является барьером для достижения, постав-

ленных перед данной организацией производственных задач и раскрытия творческого потенциала ее сотрудников.

Ключевые слова. управление персоналом, командообразование, виртуальная команда, SCRUM, удаленное командообразование.

Развивающиеся процессы цифровизации и виртуализации позволяют сотрудникам работать удаленно. В то же время управление персоналом и взаимодействие с ним при удаленной работе сопряжено с определенными трудностями и рисками, которых можно избежать, если процесс организован правильно. Перспектива организации командной работы приводит к необходимости продвижения командной деятельности и обеспечения согласованности усилий специалистов при помощи методов удаленного командообразования.

Цель удаленного командообразования – превратить удаленных сотрудников с небольшим взаимным интересом в единое целое с использованием технологий и обеспечить эффективное решение проблем всей команды. Процесс создания online-команд в рамках цифровизации еще недостаточно изучен и требует тщательного анализа практик, принципов, методов и технологий удаленного тимбилдинга [1].

К основным преимуществам преимуществ виртуальных команд можно отнести:

- снижение затрат предприятий на организацию и поддержание рабочего места сотрудника;
- эффективность в принятии решений, поскольку часто сотрудники ограничены во времени;
- независимость членов виртуальной команды в принятии решений при разработке продукта;
- изменчивость членов команды в зависимости от поставленных задач;
- обмен опытом, помогающий приобретать и передавать знания;
- передачу информации в электронной форме, что облегчает процесс документирования;
- генерацию большего количества идей, потому что сотрудники не находятся под давлением руководства;
- повышения качества разработки проекта, поскольку позволяют высококвалифицированному персоналу работать удаленно [2].

Что касается основных недостатков виртуальных команд, то к ключевым можно отнести:

- временной интервал между членами команды (например, разные часовые пояса);
- отсутствие или неполнота личного общения, позволяющего выстраивать отношения между членами команды;
- практическое отсутствие корпоративной культуры в команде (из-за отсутствия личных и групповых встреч);
- сложность согласования различных оперативных вопросов и вопросов исполнения;
- отсутствие тотального контроля за выполнением работы.

В целом, можно сделать вывод, что виртуальные команды обладают рядом важных преимуществ, которые могут сыграть ключевую роль в реализации проекта или любой другой цели, поставленной перед организацией. Однако виртуальные команды подходят не во всех случаях, поэтому стоит тщательно проанализировать возможные положительные или отрицательные эффекты от их внедрения. В рамках данного исследования был проведен анализ практик совместной работы в виртуальных командах сотрудников такой российской организации, как общество с ограниченной ответственностью «Е1».

ООО «Е1» было основано в 2007 году в г. Белореченск (Краснодарский край). Компания специализировалась на изготовлении шкафов-купе под заказ, производство которых первоначально осуществлялось в небольшом цехе преимущественно вручную. В последующие годы «Е1» удалось значительно укрепить свои позиции на российском рынке корпусной мебели. Из данных аналитической группы «РБК исследования рынков» следует, что в 2020 г. по количеству розничных магазинов на территории РФ, компания занимала 11 место среди мебельных ретейлеров [3]. В настоящее время она имеет два собственных мебельных произ-

водства: в г. Белореченск и пос. Шатурторф (Московская область). Значительная часть производственных процессов является автоматизированной. Компания имеет свыше 200 торговых точек более чем в 100 городах РФ. Общая численность персонала организации в апреле 2023 г. составила 1362 чел.

В компании «Е1» реализована линейно-функциональная структура управления. На данном этапе развития в рамках организации действуют 12 функциональных подразделений. Весь административно-управленческий персонал территориально сосредоточен в центральных офисах г. Краснодара и г. Белореченск.

Как следует из данных Росстата, в последнее десятилетие наметилась тенденция сокращения количества российских предприятий, производящих мебель: в 2016 г. в данной сфере экономической деятельности в РФ было зарегистрировано 20,1 тыс. предприятий, в 2017 г. – 18,9 тыс., в 2018 г. – 17,5 тыс., в 2019 г. – 15,7 тыс., в 2020 г. – 14,1 тыс. [4, с. 51; 5, с. 57]. Уже только этот тренд свидетельствует об обострении конкуренции на российском мебельном рынке в течение последних лет. В то же время, в официальной статистике могут быть определенные погрешности из-за того, что в ней не находят отражения данные о теневом секторе производства мебели на территории РФ. По оценкам Ассоциации мебельных и деревообрабатывающих предприятий России (АМДПР), доля нелегальной продукции в конце 2020 г. достигла весьма внушительных значений: около 20 % от общего объема российского мебельного рынка [6]. При этом, именно производство корпусной мебели – из-за его более простой организации – характеризуется одними из самых высоких показателей выпуска контрафактной продукции [7, 8]. В целом же, реальная численность всех мебельных предприятий в современной России в настоящее время точно не известна. По оценкам MediaWood, с учетом теневого сектора, она может значительно превышать данные официальной статистики и достигать значений 25 тыс. предприятий [9].

Можно предположить, что выдержать сильную конкуренцию в отрасли, где на протяжении многих лет приходилось конкурировать в том числе и с таким мировым брендом, как ИКЕА – компании «Е1» помогли не только технологические, но и управленческие инновации. В частности, в организации внедрена SCRUM-методология управления проектами. SCRUM – как один из гибких подходов, направленных на более результативное использование ресурсов компании – в настоящее время широко используется в различных сферах современного менеджмента [10, 11]. Его преимуществом, в отличие от каскадных подходов, является высокая адаптивность проекта к происходящим изменениям. Однако, как следует из данных исследования ScrumTrek, проведенного в 2021 г., в современной России использование Agile-подходов, в целом, имеет отраслевые особенности. Высокий уровень проникновения гибких методологий управления характерен для сферы информационных технологий (33 %) и банковской сферы (33 %). В то время как в торговле и промышленности этот показатель был заметно ниже и составлял в 2021 г. 9,0 % и 4,2 % соответственно [12]. Таким образом, можно утверждать, что в сфере производства и продаж мебели Agile-подходы в настоящее время не распространены.

В ООО «Е1» существует отдел SCRUM-мастеров, сущностью которого является методика организации совместного рабочего процесса, в основе которой – поэтапная разработка и совершенствование продукта небольшой командой специалистов различного профиля. Большая часть спринтов проходит в режиме online. Для оценки целесообразности создания виртуальных команд при решении, стоящих перед данной организацией производственных задач, был проведен экспертный опрос 20 специалистов Департамента управления персоналом компании «Е1». Были опрошены сотрудники четырех отделов Департамента: отдела кадров, отдела S&B, отдела подбора и адаптации персонала, отдела обучения. Выборка сплошная. Распределение опрошенных по полу: 75 % женщин и 25 % мужчин.

В таблице 1 представлены результаты ответов респондентов на вопрос о том, каковы преимущества совместной работы персонала их организации в online-формате в SCRUM-командах.

Таблица 1

Основные достоинства ведения проектов в формате SCRUM, %

Критерии оценки	Женщины	Мужчины	Всего
Гибкость, внесение корректировок	60,0	80,0	65,0
Ускорение рабочих процессов	93,3	60,0	85,0
Использование цифровых технологий	13,3	40,0	20,0
Повышение креативности	66,7	80,0	70,0
Открытость коммуникаций	66,7	60,0	65,0
Высокая степень вовлеченности сотрудников	46,7	60,0	50,0
Поддержание корпоративной культуры	26,7	20,0	25,0
Всего	>100	>100	>100

По данным исследования ScrumTrek, в 2020 г. в ТОП-3 выгод применения методологий гибкого управления были включены такие характеристики, как «лучшая управляемость меняющимися приоритетами», «улучшение прозрачности ведения проектов» и «ускорение поставки и выхода продуктов на рынок». На эти выгоды использования любых гибких подходов в бизнес-процессах указали соответственно 78 %, 75 % и 61 % опрошенных российских Agile-практиков [13]. С этими оценками, в целом, согласуются результаты социологического опроса специалистов HR-департамента «Е1». Большинство из них также отмечали, что преимуществами применения SCRUM-методологии в организации являются ускорение рабочих процессов и гибкость (табл. 1). При этом, женщины-эксперты акцентируют внимание, прежде всего, на таких возможностях SCRUM, как решение поставленных задачи в более сжатые сроки, а мужчины-эксперты – на простоте внесения корректировок в первоначальные задания. В то же время, по мнению специалистов HR-департамента «Е1», преимущества рассматриваемого Agile-подхода не ограничиваются исключительно улучшением показателей экономической эффективности деятельности предприятия, но также и способствуют раскрытию человеческого потенциала сотрудников организации. Повышение креативности персонала в результате работы в SCRUM-командах было отмечено большинством экспертов.

Хотя большая часть спринтов организуется в компании в online-формате, но факт регулярного использования цифровых технологий не был отнесен большинством HR-специалистов к преимуществам SCRUM-подхода. Это может быть связано с тем, что пандемия COVID-19 стала катализатором цифровой трансформации бизнес-сферы и как следствие, коммуникации удаленно взаимодействующих сотрудников воспринимаются сейчас как вполне привычные организационные практики. Косвенно, это предположение подтверждается ответами респондентов на вопрос о том, хотели бы они продолжить в дальнейшем работать в виртуальных SCRUM-командах. Все опрошенные HR-специалисты положительно ответили на этот вопрос.

Одним из принципов SCRUM-методологии является командная работа сотрудников только над одним проектом, которая основана на взаимодействии и взаимопомощи участников друг другу. Это предполагает высокую сплоченность и мотивацию SCRUM-команды, сведение к минимуму конкуренции между сотрудниками организации [14]. В компании «Е1» проводится множество мероприятий в online-формате, направленных на командообразование отделов. Их можно разделить на 5 групп.

Мастер-класс – это оригинальный метод обучения и конкретное занятие на совершенствование практических навыков, возложенное на специалиста в определенной области творческой деятельности. Оно подходит для людей, способных достичь достаточно высокого

уровня профессионализма в этой сфере деятельности. В «Е1» проводятся мастер-классы, направленные на изучение бизнес-процессов, а также на личные интересы сотрудников.

Совместные медитации – это встречи, которые открыты для всех, кто практикует медитацию или не знаком с ней, но хотел бы познакомиться с ее техникой в группе со своими коллегами. Данные встречи в компании направлены на улучшение ментального состояния сотрудников.

Со-творчество – форма совместного (с кем-то, с чем-либо) творчества, самореализации собственных творческих способностей в определенном общем продукте. В формате данных встреч сотрудники «Е1» занимаются искусством: рисуют, лепят из глины, играют на музыкальных инструментах.

Квизы (викторина) – игра, заключающаяся в ответах на устные или письменные вопросы из различных областей знаний. Данные встречи в компании проводятся обычно на крыше офиса. Через проектор подключается online-квиз, чтобы могли поучаствовать не только сотрудники центрального офиса, но и других подразделений организации.

Online-квесты – квест, в котором используется специальная игровая система, где игроки получают задания, подсказки и вводят ответы для того, чтобы перейти на следующий уровень в рамках определенного сценария.

Как показал проведенный опрос, далеко не во всех рассмотренных выше онлайн-мероприятиях специалисты HR-департамента участвовали лично. Большинство опрошенных участвовали только в мастер-классах (90 %) и в со-творчестве (55 %). Об участии в других мероприятиях по командообразованию респонденты заявляли гораздо реже: совместные медитации (30 %), квизы (30 %), онлайн-квесты (25 %).

Закономерно, что личный опыт участия в командообразующих мероприятиях мог повлиять на восприятие используемых в организации технологий управления персоналом. Специалистам HR-департамента было предложено оценить по 5-балльной шкале степень эффективности тех онлайн-практик, которые реализуются в их организации. В таблице 2 представлены усреднённые результаты ответов респондентов в разрезе двух категорий: тех, кому лично приходилось участвовать в мероприятии и тех, кто в силу специфики деятельности знает о сущности данного мероприятия, но лично не участвовал в нем.

Таблица 2

Средние оценки респондентов степени эффективности
online-мероприятий по командообразованию, балл

Критерии	Участвовали в мероприятии	Не участвовали в мероприятии
Мастер-классы	4,61	3,00
Совместные медитации	4,50	2,64
Со-творчество	4,91	3,44
Квизы	4,67	3,86
Online-квесты	4,80	3,67

Как видно из представленных в таблице 2 данных, разброс средних оценок эффективности различных видов онлайн-мероприятий достаточно большой – в 1,22 балла – в группе HR-специалистов, не принимавших непосредственного участия в удаленном командообразовании. В группе тех, кому лично приходилось работать в виртуальных командах разброс средних оценок был меньше и составил 0,41 балла. Кроме того, все рассматриваемые онлайн-мероприятия оцениваются, в среднем, более высоко их непосредственными участниками, чем теми опрошенными, кто делает вывод об эффективности конкретного вида командной работы на основе теоретических знаний или мнения коллег.

Опыт отечественной и зарубежной управленческой практики показывает, что организация командной работы значительно повышает организационную эффективность и про-

изводительность труда, обеспечивает конкурентные преимущества и способствует максимальному раскрытию потенциала сотрудников. Во время введения локдаунов из-за пандемии COVID-19, многие компании массово переводили сотрудников на удаленный формат работы. Это ускорило процесс цифровизации традиционных методов управления персоналом, однако методологии организации работы сотрудников в виртуальных командах требуют дальнейшего изучения. На основе проведенного исследования в компании «Е1», можно сделать вывод об эффективности работы ее сотрудников в виртуальных командах. Методика SCRUM, применяемая в данной организации, имеет ряд преимуществ, позволяющих как координировать работу в отделах компании для достижения поставленных целей, так и повышать креативность коллектива и уровень доверительных взаимоотношений между сотрудниками. SCRUM является неотъемлемой частью отделов «Е1», и, несмотря на то, что встречи, в большинстве случаев, проводятся в online-формате, эта методика выполняет свои задачи и содействует процветанию как компании, так и ее команд.

Литература

1. *Кожевникова Л.В., Старовойтова И.Е.* Формирование виртуальных команд: удаленный тимбилдинг и лидерство // Вестник университета. – 2022. – № 4. – С. 64–71.
2. *Кудрявцева Е.С.* Виртуальные команды: как управлять проектом на расстоянии? // Российский журнал управления проектами. – 2014. – № 4. – С. 15–24.
3. Официальный сайт «Мебельщик Сибири» / Мебельная отрасль России: отличные перспективы потом, несмотря на сложности сейчас. – URL: https://mebelshik.biz/img/archive/2021/09/Flash_MS09-2021/index.html (дата обращения: 12.04.2023).
4. Промышленное производство в России – 2019. Статистический сборник / Росстат. – М., 2019. – 286 с.
5. Промышленное производство в России – 2021. Статистический сборник / Росстат. – М., 2021. – 305 с.
6. Новостной ресурс «Коммерсантъ». – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4640961> (дата обращения: 12.04.2023).
7. *Бойко О.А., Панов С.Л.* Оборот мебельной продукции в российской федерации: криминологический-виктимологический аспект // Виктимология. – 2018. – № 3 (17). – С. 67–73.
8. Официальный сайт «Hooglink. Рынок. Идеи. Практика». – URL: <https://hooglink.com/rynok-mebeli/> (дата обращения: 12.04.2023).
9. Официальный сайт «MediaWood». – URL: https://mediawood.ru/lpk_itogi_2022 (дата обращения: 12.04.2023).
10. *Фунтов В.Н., Пармонов Д.В., Малоземов С.Н.* Гибкое управление в негибкой отрасли // Научные исследования и разработки. Российский журнал управления проектами. – 2017. – Т. 6. – № 1. – С. 25–36.
11. *Овчарук К.В.* Agile, SCRUM, КАНБАН. Полный путеводитель по гибким методикам // Журнал Бюджет. – 2019. – № 4 (196). – С. 90–93.
12. Официальный сайт «ScrumTrek». – URL: <https://scrumtrek.ru/blog/agile-scrum/7205/otchet-issledovanie-agile-v-rossii-2021/> (дата обращения: 12.04.2023).
13. Официальный сайт «ScrumTrek». – URL: <https://scrumtrek.ru/blog/agile-scrum/4335/agilesurvey20/> (дата обращения: 12.04.2023).
14. *Саркисян В.Р.* Проблемы внедрения SCRUM (AGILE) в России // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 3 (116). – С. 963–965.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ КАК МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ОСНОВА МОДЕРНИЗАЦИИ ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ

**Рысаев Ильшат Шавалиевич,
Батырова Рания Фаритовна**

*Башкирская академия государственной службы и управления
при Главе Республики Башкортостан, Уфа, Россия*

Аннотация. В статье проводится анализ особенностей основных исторических этапов эволюции кадрового менеджмента. Раскрывается понятие управленческой парадигмы. Проводится анализ взаимосвязи перехода от одной модели кадрового менеджмента к другой через призму изменения управленческой парадигмы от классической к неоклассической. Особое внимание обращается на преимущества и недостатки компетентностной модели подготовки современных управленцев. Подчеркивается, что стратегическое управление человеческими ресурсами в условиях цифровизации является методологической основой модернизации подготовки руководителей.

Ключевые слова: управление кадрами, управление персоналом, стратегическое управление человеческими ресурсами, управление человеческим капиталом, управленческая парадигма, компетентностный подход.

Стратегическое управление человеческими ресурсами как новая парадигма управления начинает формироваться в конце 80-х – начале 90-х гг XX века. Долгое время в теории и практике управления господствовала концепция «кадрового менеджмента». В рамках этой концепции особое внимание уделялось развитию профессиональных качеств работников и на кадровые технологии, обслуживающие классическую, централизованную и иерархическую парадигму управления. Человеческий фактор здесь рассматривался преимущественно как вторичный по отношению к производственно-технологическим ресурсам организации. Однако уже в 60-х г. XX века в менеджменте формируется концепция управления персоналом в ответ на рост конкуренции и динамичности на рынке в условиях всё большего удовлетворения гигиенических факторов мотивации сотрудников. В теории управления широкое распространение получают исследования, посвященные социально-психологическим факторам развития организации и личности. Это был своего рода промежуточный этап перехода от классической к неоклассической парадигме управления.

Концепция и технологии стратегического управления человеческими ресурсами, а также и человеческим капиталом, формируются в совершенно новых условиях, которые характеризуются, прежде всего, высокой динамичностью изменений, ростом внутренней и внешней конкуренции между субъектами предпринимательства, повышением роли информационных технологий управления, а также выдвиганием на первый план инновационных факторов конкуренции. В этих условиях развитие человеческих ресурсов, интеллектуального потенциала становятся главным объектом организационных инвестиций. Этот стратегический поворот в управлении человеческими ресурсами поменял весь комплекс подходов и в кадровом менеджменте:

- систему мотивации;
- организационно-управленческие структуры;
- методы принятия управленческих решений;
- оценку персонала;
- систему подготовки, переподготовки и повышения квалификации сотрудников;
- организационную культуру;
- управленческие стили;
- все кадровые технологии от поиска, набора, адаптации вплоть до увольнения персонала.

Наравне со стратегическим управлением человеческими ресурсами развивается проектное управление, стратегический менеджмент и маркетинг. Таким образом, в развитии кадрового менеджмента можно выделить четыре этапа.

Таблица 1

Исторические этапы развития кадрового менеджмента

Периоды	Концепция	Сущностная характеристика
20–50 гг. XX века	Управление кадрами	Главное внимание – профессиональные качества работника. Работник – придаток производства
60–70 гг. XX века	Управление персоналом	Учет профессиональных и личностно-психологических качеств работника
80–90 гг. XX века	Управление человеческими ресурсами	Работник – главный ресурс развития организации
XXI век	Управление человеческим капиталом	Развитие сотрудников – главная цель организации. Работник – социальная личность

Цифровая революция в развитии цивилизации внесла свою лепту и в управление человеческими ресурсами. Что же изменилось и постоянно меняется в этой сфере в связи с широким распространением цифровых технологий?

В первую очередь это касается увеличения информационных возможностей принятия управленческих решений и диверсификации кадровой работы в организациях, а также повышения эффективности и производительности труда персонала. Цифровизация оказывает большое влияние на расширение системы онлайн-обучения, автоматизации системы управления, повышение ее прозрачности, разработку программ по управлению персональными данными, документооборот, оценку персонала и др. А по развитию искусственного интеллекта экспертное сообщество на сегодняшний день поделилось на два лагеря: одни поддерживают развитие этих тенденций, а другие – очень настороженно, а порой и негативно относятся к внедрению таких технологий.

Как и при внедрении любых инноваций, необходимо предусмотреть и отрицательные последствия цифровизации в управлении человеческими ресурсами. К ним можно было бы отнести такие явления, как:

- сокращение рабочих мест;
- переход на систему удаленной работы и уменьшение формата живого общения сотрудников;
- повышение стрессов;
- динамичные изменения требований к квалификации и компетентности персонала вплоть до исчезновения определенных функций и профессий и др.

Таким образом, как в менеджменте в целом, так и в кадровом менеджменте, в частности, в современных условиях формируется объективная ситуация переоценки и пересмотра сложившихся подходов и методик: одни функции и кадровые технологии просто отмирают, другие совершенствуются и, одновременно, рождаются новые и перспективные модели. В этих условиях можно дифференцировать соответственно перечисленным выше изменениям и систему подготовки, переподготовки и повышения квалификации управленческих кадров. Большинство учебных центров всё ещё продолжают обслуживать старую управленческую парадигму, а другие – ищут компромисс между старыми стандартами и новыми тенденциями и лишь немногие идут в ногу со временем и даже в определенных направлениях опережают эти тенденции, участвуют в проектировании и внедрении современных цифровых технологий.

При классической управленческой парадигме подготовка кадров носит преимущественно формально – статусный характер. Разработка и реализация учебных программ монополизирована образовательными центрами. При подготовке управленческих кадров преобладает «рецептурная» модель, направленная на формирование и развитие сложившихся, традиционных умений и навыков. Особое внимание уделяется при этом на профессиональные навыки работников.

С развитием тенденций неоклассической управленческой парадигмы подвергается критической переоценке и традиционные модели обучения руководителей, реализуемые в основном в отрыве от практики, производства и в рамках веберовской концепции управления. Многие образовательные центры постепенно начали понимать, что в новых условиях овладение только знаниями, пусть даже самыми современными, не гарантирует эффективность деятельности руководителей. Поэтому они начали переориентировать подготовку руководителей на основе так называемого компетентностного подхода. «Мозаичные», «рецептурные», предметные и оторванные от практики управления формы и методы подготовки руководителей становились тормозящим фактором в условиях роста динамичности внешней рыночной среды и глобальной конкуренции.

Основы компетентностного подхода в подготовке руководителей были заложены в начале 60-х гг. американским профессором психологии Дэвидом Макклелландом. Сначала ставилась задача синхронизации профессиональных требований и качеств человека и постоянного мониторинга этого соответствия на основе определенных критериев. Так, за 20–30 лет в США была создана база данных для основных моделей профессиональных компетенций и разработаны соответствующие процедуры их оценки. Американские исследователи считали, что понятие «умения» более односторонне и узко отражает профессиональную деятельность человека преимущественно со стороны его физических и технических навыков, нежели понятие «компетентность», в котором больше уделяется внимание роли и значению личностных качеств, социально-психологических и поведенческих составляющих.

В 1979 году американская ассоциация менеджмента выделила 5 групп компетенций эффективных руководителей. В 1982 году американский психолог Ричард Бояцис в книге «Компетентный менеджер: модель эффективной деятельности» предложил интегративную модель менеджерских компетенций, связанных с эффективностью их работы. С 1989 года под руководством Л. и С. Спенсеров коллектив из более 100 ученых на протяжении 20 лет вел исследования в области развития компетентностного подхода и разработал 286 моделей компетенций для эффективной работы руководителей.

Постепенно компетентностный подход становился общепризнанным и в странах Западной Европы. Лидерами в теории и практике использования компетентностного подхода становятся Франция, Германия и Австрия.

Однако, несмотря на общепризнанность и эффективность компетентностной парадигмы все еще нет общепринятого подхода в теории и практике управления к типологизации и структурированию компетенций по основным видам профессиональной деятельности руководителей. Особую сложность представляет определение ключевых компетенций руководителей с учетом особенностей сложившейся управленческой парадигмы и требований формирования ее будущей модели в той или иной стране, выполнения управленческих функций с точки зрения занимаемой должности в «пирамиде» управления, типа организационно-управленческой структуры, сферы профессиональной деятельности руководителя и стратегии социально-экономического развития страны.

В условиях реализации неоклассической (дебюрократизированной, децентрализованной и демократической) управленческой парадигмы появляется запрос на другой тип руководителей и перечень управленческих компетенций. К ним относятся: гибкость, инновационность, готовность и умение проводить постоянные изменения в организациях, глобальное и стратегическое мышление, лидерские качества, харизматичность, демократичность, умение управлять в условиях развития Team-менеджмента, проектные способности, готовность к самообразованию, аутентичность руководителя, нацеленность менеджеров на достижение

результата, умение формировать соответствующую организационную культуру, развитие самомотивации и самоконтроля персонала, поддержка открытости и прозрачности в организациях, формирование самообучающейся организации и др. При этом востребованность тех или иных качеств и компетенций руководителя, естественно, зависит и от уровня занимаемой им должности в управленческой «пирамиде» организаций. Если, например, для топ-менеджеров стратегическое мышление и лидерские качества, умение вести переговоры являются архиважными, то для среднего и младшего звена руководителей приоритетнее организаторские и исполнительские качества и умение принимать прежде всего оперативно-тактические решения.

Поэтому очень важно при разработке программ обучения руководителей и мероприятий по развитию их управленческой компетентности учитывать эти факторы, влияющие на особенности формирования, развития и реализации управленческих компетенций. Необходимо при этом менять не только содержание образования, но и формы и методы обучения, а также систему оценок и диагностических процедур.

В условиях перехода к стратегии управления человеческими ресурсами на первый план выходят инновационные подходы к подготовке руководителей, связанные со сменой парадигмы управления, цифровизацией эпохи и дальнейшим ростом динамичности социально-политических и экономических изменений. В этих условиях даже опережающее образование не является достаточно эффективным; необходимо готовить управленческие кадры, способных к инициированию перемен и проектированию будущего. Основным принципом и современного менеджмента становится положение о том, что надо «не управлять людьми, а направлять их». Поэтому в подготовке современных управленцев овладение технологиями проектирования и стратегического управления на базе информационных технологий выходит на первый план. Конечно, пока в зарубежных центрах подготовки менеджеров преобладают принципы неоклассической управленческой парадигмы, но поиски более совершенных моделей обучения руководителей продолжаются. Подвергается критике и система подготовки управленцев в рамках программ МВА, так как они больше напоминают бизнес-школы, чем центры управленческой подготовки. Большую популярность приобретают в связи с этим такие формы и методы обучения как коучинг, ретриты, стратегические сессии, управленческие тренинги и проектные семинары.

В современной России повышение эффективности управления на всех уровнях и направлениях является стратегической задачей укрепления национальной безопасности и развития суверенитета страны. Дисбаланс между теорией и практикой управления, а также управленческим образованием приводит к снижению синергетического эффекта в управлении в целом. Система управленческой подготовки как в рамках бакалавриата, так и в рамках магистратуры и дополнительного профессионального образования требует принципиальной переоценки и совершенствования. Для большинства образовательных программ и учебных планов до сих пор характерны «мозаичность», межпредметная разобщенность, слабая связь с практикой и преимущественная ориентированность на получение теоретических знаний. Управленческие компетенции руководителей и профессиональные стандарты к их формированию недостаточно учитывают основные функции управления и современные тенденции совершенствования управленческой практики. Высшие учебные заведения долгое время ориентировались на западные стандарты подготовки менеджеров и, при этом, не на самые лучшие и современные. Это привело к снижению подготовки управленческого корпуса в целом. Необходимо обратить внимание на проведение глубоких и фундаментальных исследований в теории управления, а также в системе подготовке руководителей с учетом российских реалий. В образовательном процессе назрела необходимость переориентации с «hard skills» (формирование традиционных производственных и профессиональных навыков) к «soft skills» (развитие социально-коммуникационных и организационно-управленческих навыков).

Таким образом, не осуществив принципиальную модернизацию системы подготовки современных руководителей с учетом особенностей модели стратегического управления че-

ловеческими ресурсами сложно рассчитывать на технологический и социально-экономический прорыв России в формирующемся многополярном мире.

Литература

1. Друкер П.Ф. Эпоха разрыва: ориентиры для нашего изменяющегося общества. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – 336 с.
2. Минцберг Г. Требуются управленцы, а не выпускники МВА. Жесткий взгляд на мягкую практику управления и систему подготовки менеджеров. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2010. – 544 с.
3. Питер Л. Новый взгляд на управленческое образование: задачи руководителей. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004. – 400 с.
4. Рысаев И.Ш. Компетентностный подход в подготовке современных руководителей: проблемы и перспективы // Экономика и управление. – 2018. – № 6. – С. 76–81.
5. Рысаев И.Ш. Стратегия модернизации системы современного управленческого образования // Экономика и управление. – 2020. – № 6. – С. 29–33.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ ПЕДАГОГОВ-ПСИХОЛОГОВ

Сагдиева Юлианна Анатольевна

*Казахский национальный университет имени аль-Фараби
(Институт повышения квалификации и дополнительного образования),
Алматы, Казахстан*

Аннотация: Статья посвящена эмпирическому исследованию современного состояния развития социально-психологической компетентности будущих педагогов-психологов обучающихся в Казахском Национальном Университете имени Аль-Фараби. Кроме того, в публикации рассмотрен подготовленный автором стандартизированный алгоритм обобщения и интерпретации получаемых психодиагностических результатов, включающий три основных этапа, а также изложены результаты корреляционного анализа полученных психодиагностических данных, в частности показателей успешности обучения студентов и их уровень развития социально-психологической компетентности.

Ключевые слова: социально-психологическая компетентность, эмпирическое исследование, психодиагностический комплекс, выборка, надёжность, валидность, достоверность, репрезентативность, стандартизованность, алгоритм обобщения и интерпретации, обобщённый показатель, нормальное распределение, нормирование, корреляционный анализ, критерий Спирмена.

На сегодняшний день, в условиях динамического развития научно-технического прогресса, довольно высокого темпа всех общественных процессов, образование все больше становится одним из гарантированных и перспективных факторов развития общественно-политической, а также экономической жизни государства. Практика показывает, что для реализации своей главной задачи – максимального содействия гармоничному личностному развитию обучающихся, педагог-психолог должен комплексно влиять на всю совокупность факторов, обуславливающих этот, довольно сложный процесс, где основным объектом его усилий выступает система межличностных взаимоотношений участников педагогического процесса.

В целях изучения современного состояния развития социально-психологической компетентности нами было организовано и проведено эмпирическое исследование, в котором приняло участие всего 286 будущих педагогов-психологов обучающихся в Казахском Наци-

ональном Университете имени Аль-Фараби, как женского, так и мужского пола, различных возрастных категорий (рис. 1).

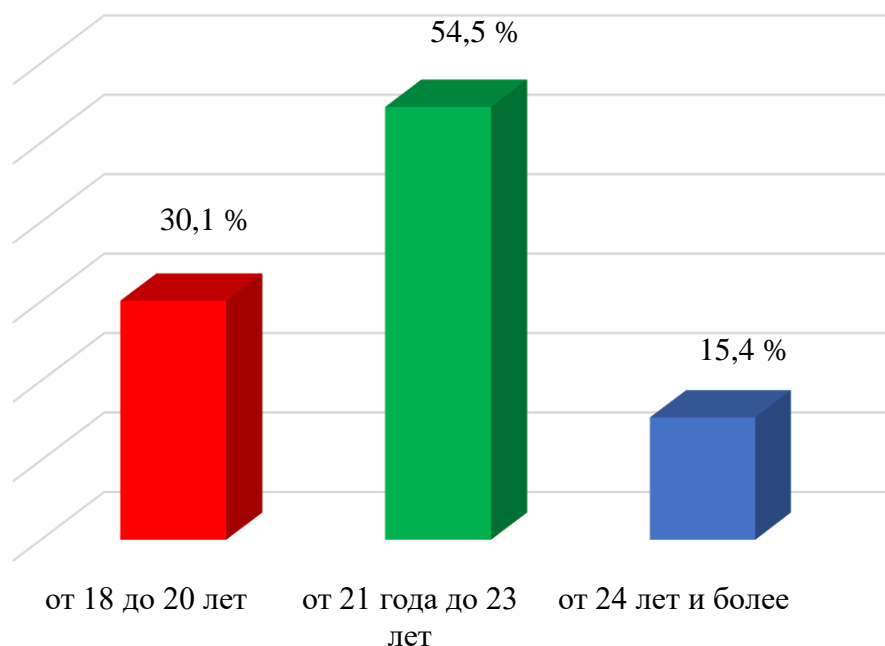


Рис. 1. Количественная характеристики выборки эмпирического исследования современного состояния развития социально-психологической компетентности по возрасту (n = 286)

Кроме того, выборка эмпирического исследования формировалась случайным образом при помощи сгенерированной таблицы случайных чисел в программе Microsoft Excel, т. е. был применён рандомизированный подход.

Вся выборка эмпирического исследования была обследована с помощью следующего психодиагностического комплекса: Многоуровневый личностный опросник «Адаптивность» А.Г. Маклакова, С.В. Чермянина; Тест-опросник личностной зрелости Ю.З. Гильбуха; Опросник эмоционального интеллекта Н.Холла; Опросник оценки самоконтроля в общении М. Снайдера; Опросник диагностики общей коммуникативной толерантности В.В. Бойко; Опросник диагностики эмоциональных барьеров в межличностном общении В.В. Бойко; Опросник диагностики уровня развития рефлексивности А.В. Карпова.

Выбор средств психодиагностики обусловлен выделенной нами структурой социально-психологической компетентности современного педагога-психолога, в которую вошли: коммуникативные способности, личностная зрелость, эмоциональный интеллект, личностный адаптационный потенциал, самоконтроль в общении, коммуникативная толерантность, отсутствие эмоциональных барьеров в межличностном общении и рефлексивность. По своей сущности структуру социально-психологической компетентности современного педагога-психолога целесообразно трактовать как взаимообусловленный комплекс индивидуально-психологических особенностей личности, проявляющийся преимущественно в осуществлении перцептивной, коммуникативной и интерактивной функций общения, в решении как продуктивных, так и репродуктивных задач данного процесса, а также владении глубинным, личностным уровнем взаимодействия с другими.

Кроме того, любому психодиагностическому инструментарию предъявляются соответствующие общеизвестные требования. К ним, как правило, относят такие важные фундаментальные показатели качества методических средств как [9, 1, 2, 3, 4, 5]: надёжность; валидность; достоверность; репрезентативность; стандартизированность и др.

Относительно первых четырех показателей, определяющих по своей сути, качество методик, то они учитывались при выборе (подборе) психометрического инструментария и соответственно отвечают предъявляемым требованиям современной психодиагностики. В свою очередь, такой показатель как стандартизованность (пятый показатель качества психометрического инструментария), по нашему мнению, не отвечает предъявляемым требованиям, так как по выбранным методикам отсутствуют сведения в полном объеме относительно их нормирования на категории респондентов к которым относятся студенческая молодежь, т. е. будущие педагоги-психологи.

Кроме того, практическое применение психодиагностического комплекса подразумевает обследование респондентов по всем предусмотренным психометрическим методикам, обработку полученных результатов и их интерпретацию относительно уровней развития социально-психологической компетентности будущих педагогов-психологов. В рамках данного алгоритма, согласно применяемым психометрическим методикам, представляется возможным провести лишь обследование респондентов, обработать полученные результаты и получить психодиагностические данные в сырых баллах относительно структурных составляющих изучаемого явления. Вместе с тем, проведение обобщения полученных психодиагностических результатов по применённым методикам, а также единой интерпретации относительно соответствующего уровня развития социально-психологической компетентности не представляется возможным из-за отсутствия соответствующего механизма.

Таким образом, в целях решения выше выделенных проблемных вопросов нами был подготовлен стандартизированный алгоритм обобщения и интерпретации получаемых психодиагностических результатов, включающий три основных этапа.

В рамках первого этапа все полученные психодиагностические результаты в сырых баллах были переведены в десятибалльную шкалу по следующей формуле:

$$P_{1,2,3...} = \frac{СБ_{1,2,3...}}{МСБ_{1,2,3...}} * 10, \quad (1)$$

где:

$P_{1,2,3...}$ – результаты психодиагностического обследования по соответствующей методике (1,2,3...) в десятибалльной шкале;

$СБ_{1,2,3...}$ – результаты психодиагностического обследования по соответствующей методике (1,2,3...) в сырых баллах;

$МСБ_{1,2,3...}$ – максимально возможный сырой балл соответствующей методики (1, 2, 3...);

10 – постоянная величина.

При этом придерживаясь общей направленности шкал (т. е. чем выше балл, тем более высокий показатель уровня развития социально-психологической компетентности, а также её структурных составляющих) психодиагностические результаты по методикам Многоуровневый личностный опросник «Адаптивность» А.Г. Маклакова, С.В. Чермянина (шкалы личностный адаптационный потенциал и коммуникативные способности), Опросник диагностики общей коммуникативной толерантности В.В. Бойко, Опросник диагностики эмоциональных барьеров в межличностном общении В.В. Бойко рассчитывались в обратном порядке (т. е. были перевёрнуты).

Таким образом, вышеизложенные действия, (вычисления результатов в десятибалльной шкале) позволили представить все данные в единой шкале (по объёму и направлению), что в свою очередь позволяет совершать различные арифметические действия с полученными психодиагностическими результатами по разным методикам без потери психометрической ценности.

В рамках второго этапа было осуществлено обобщение (вычисление общего показателя развития социально-психологической компетентности) полученных психодиагностических данных по всем психометрическим методикам по следующей формуле:

$$\text{ОП} = P_1 + P_2 + P_3 + P_4 + P_5 + P_6 + P_7 \quad (2)$$

где:

ОП – обобщённый показатель развития социально-психологической компетентности будущих педагогов-психологов;

$P_{1,2,3...}$ – результаты психодиагностического обследования по соответствующей методике (1,2,3...) в десятибалльной шкале.

По своей сути вычисленный обобщённый показатель (ОП) отражает диагностируемый уровень развития социально-психологической компетентности будущего педагога-психолога. Вместе с тем, на основе его не представляется возможным адекватно реализовать интерпретацию изучаемого явления по соответствующим градациям.

Для решения вышеизложенной проблемы, в рамках третьего, заключительного этапа было произведено нормирование обобщённого показателя (ОП) развития социально-психологической компетентности будущего педагога-психолога.

Данный процесс проводился путём определения соответствующей нормы на репрезентативной выборке. По своей сути эта норма вступает средним уровнем и позволяет вычислить выше средний и ниже средний уровни развития социально-психологической компетентности будущего педагога-психолога, тем самым определить соответствующие градации интерпретации. При нормировании баллов нами была применена модифицированная Д.Г. Мухамедовой «Шкала стэнов» предложенная Р. Кеттеллом. Суть модификации заключается в сокращении десятибалльной стеновой шкалы до трех балльной, которая соответствует трёхуровневой градации исследуемого признака, т.е.: выше среднего уровня развития; средний уровень развития; ниже среднего уровня развития.

Данные совершенствования позволяют напрямую, без промежуточных шкал, осуществить переход от количественных показателей к качественной интерпретации с учётом соответствующей нормы [9, 6, 7, 8].

В ходе процесса нормирования вычислялись такие основные показатели как:

математическое ожидание или среднее арифметическое (М);

стандартное отклонение (σ - сигма);

асимметрия и эксцесс (А и Е).

Так, математическое ожидание определялось по известной формуле:

$$M = \frac{C}{n}, \quad (3)$$

где:

М – математическое ожидание;

С – общее количество набранных баллов (т. е. сумма ОП);

n – общее количество респондентов.

В нашем случае, $n = 286$, а $C = 11806,6$. Соответственно М (математическое ожидание) = 41,3.

Следующим важным показателем является стандартное отклонение (σ – сигма), которое определялось по следующей общеизвестной формуле:

$$\sqrt{\frac{\sum (ОП - М)^2}{\sigma = n - 1}}, \quad (4)$$

где:

ОП – обобщённый показатель развития социально-психологической компетентности будущих педагогов-психологов;

М – математическое ожидание.

В нашем случае по итогам произведённых вычислений было получено значение стандартного отклонения $\sigma = 3,5$.

В заключении были определены такие важные показатели нормального распределения баллов как асимметрия (А) и эксцесс (Е). В частности, вычисление асимметрии (А) осуществлялось по следующей общеизвестной формуле:

$$A = \frac{\sum (x_i - x)^3}{n\sigma^3}, \quad (5)$$

Соответственно, вычисление эксцесс (Е) проводилось по следующей общеизвестной формуле:

$$E = \frac{\sum (x_i - x)^4}{N\sigma^4}, \quad (6)$$

В нашем случае были получены значения асимметрии – $A=0,3$ и эксцесс $E = 0,2$, что является допустимыми показателями.

Таким образом вычисление основных показателей (математическое ожидание – М, стандартное отклонение – σ , асимметрия – А и эксцесс – Е) позволило произвести распределение полученных баллов графическим путём (рис. 2).

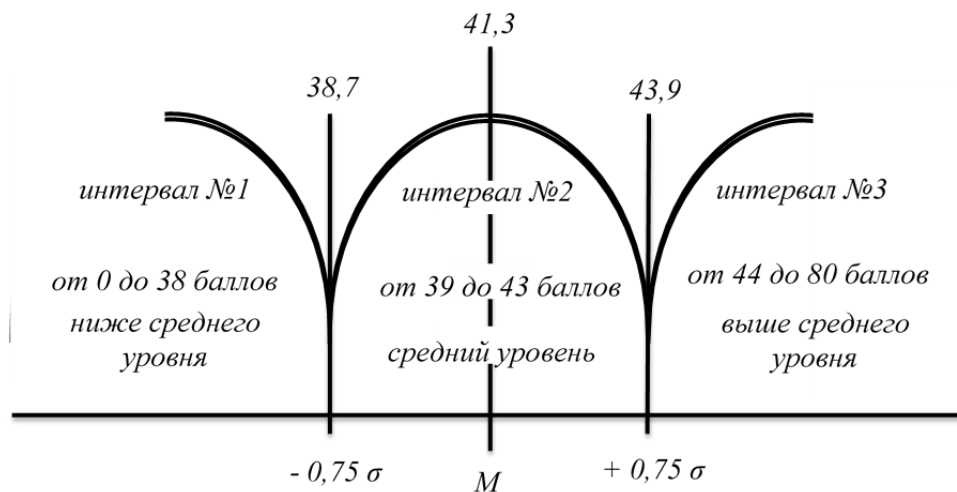


Рис. 2. Нормирование результатов комплексной психодиагностики развития социально-психологической компетентности будущего педагога-психолога ($n = 286$)

Так ранее полученный показатель математическое ожидание ($M = 41,3$ балла) было принят за точку отсчёта, которая располагается в центре графического распределения и поделил интервал № 2 на две одинаковые части. Влево и вправо отступаются значения равные $0,75 \sigma$ (т. е. 2,6 балла) стандартного отклонения. В результате, справа от показателя математического ожидания ($M = 41,3$ балла) располагается интервал № 3 в диапазоне от 44 баллов до 80 баллов, что соответствует выше среднему уровню развития социально-психологической компетентности будущего педагога-психолога. Слева от математического ожидания ($M = 41,3$ балла) располагает интервал № 1 в диапазоне от 0 баллов до 38 баллов, что соответствует ниже среднего уровня развития социально-психологической компетентности будущего педагога-психолога. Соответственно, интервал № 2 располагается в диапазоне от 39 до 43 баллов и отражает средний уровень развития социально-психологической компетентности будущего педагога-психолога.

Таким образом, произведённое нормирование позволили подготовить таблицу интерпретации обобщённого показателя (табл. 1).

Таблица 1

Интерпретация полученных результатов комплексной психодиагностики социально-психологической компетентности будущего педагога-психолога

Ниже среднего уровня развития социально-психологической компетентности	от 0 баллов до 38 баллов
Средний уровень развития социально-психологической компетентности	от 39 баллов до 43 баллов
Выше среднего уровня развития социально-психологической компетентности	от 44 баллов до 80 баллов

Основываясь на результаты нормирования было выяснено, что у преобладающего количества обследованных студентов (54,5 % / 156 чел.) наблюдается средний уровень развития социально-психологической компетентности. Данная категория характеризуется стремлением к результативному приспособлению к окружающему социуму, испытывая при этом некоторые трудности из-за недостаточной развитости коммуникативных навыков, способностей по налаживанию контактов, понимания окружающих их эмоциональных проявлений, состояний. При налаживании взаимодействия могут проявлять умеренную агрессию, конфликтность, сложности в управлении, проявлении своих эмоций, что осложняет данный процесс.

Вместе с тем, у 25,6 % (73 чел.) респондентов изучаемый признак развит на выше среднем уровне. Эта категория студентов характеризуется устойчивым стремлением в повседневной деятельности приспособляться к окружающему социуму, как правило, не испытывая при этом серьёзных трудностей. Наблюдается достаточный уровень развития коммуникативных навыков, способностей по налаживанию необходимых контактов, умеют поддерживать общение учитывая соответствующие цели, хорошо ориентируются в понимании окружающих их эмоциональных проявлений, состояний. При налаживании взаимодействия действуют предусмотрительно, гибко, не проявляя излишнюю агрессию и конфликтность. Умеют управлять своими эмоциями с учетом сложившейся ситуации, прогнозировать поведения партнёров по взаимодействию.

Соответственно у 19,9 % (57 чел.) обследованных студентов наблюдается ниже среднего уровня развития социально-психологической компетентности (рис. 3).



Рис. 3. Современное состояние развития социально-психологической компетентности будущих педагогов-психологов (n = 286)

У данной категории обследованных респондентов наблюдаются трудности в общении налаживании контактов с окружающими. Могут проявляться нервные срывы при интенсивном взаимодействии с людьми. Коммуникативные навыки развиты плохо, как правило, испытывают большие сложности при организации взаимодействия, сопровождающиеся проявлением агрессивности, раздражительности, повышенной конфликтности. Кроме того, наблюдаются слабый уровень коммуникативной гибкости, самоконтроля, не умения управлять своими эмоциями, прогнозировать поведения партнёров по взаимодействию. Считают не нужным изменяться в зависимости от ситуаций в целом.

Далее нами был проведен корреляционный анализ полученных психодиагностических данных, в частности показателей курс обучения студентов и их уровень развития социально-психологической компетентности. При этом, в целях адекватного выбора того или иного критерия корреляционного анализа нами было исследовано распределения признака. Так в результате применения одновыборочного непараметрического критерия Колмогорова-Смирнова с помощью с помощью программы SPSS выяснено, что анализируемые признаки (курс обучения и уровень развития социально-психологической компетентности) отличаются от нормального распределения. Этому свидетельствуют полученные коэффициенты асимптотической значимости (2-сторонняя), которые равны нулю в обоих случаях. Таким образом, с учётом распределения изучаемого признака, а также других условий, нами был применён непараметрический критерий корреляционного анализа Спирмена, который позволил выявить положительную значимую связь ($r = 0,144$ при $p < 0,05$) между показателями курс обучения и уровень развития социально-психологической компетентности. Данный факт свидетельствует о некоторой степени взаимообусловленности анализируемых признаков, т. е. наличия позитивного влияния учебного процесса высшего образовательного учреждения на развитие социально-психологической компетентности студенческой молодёжи. Вместе с тем, данная связь с учетом общепринятой общей классификации является очень слабой. В связи с этим полагается целесообразным констатировать о достаточно слабом влиянии организованного процесса подготовки будущих педагогов-психологов на развитие их социально-психологической компетентности.

Таким образом, эмпирическое исследование (n = 286) по средствам применения психометрического комплекса, а также реализация подготовленного стандартизированного трех-этапного алгоритма обобщения и интерпретации получаемых психодиагностических результатов показало, что в среднем каждый пятый студент (19,9 % / 57 чел.) является обладателем недостаточного уровня развития социально-психологической компетентности, а у каждого второго (54,5 % / 156 чел.) – наблюдается хороший потенциал позволяющий достичь высокого уровня её развития. Кроме того, результаты корреляционного анализа по непараметри-

ческому критерию Спирмена свидетельствуют о слабом влиянии ($r = 0,144$ при $p < 0,05$) процесса подготовки в высшем образовательном учреждении на должное развитие социально-психологической компетентности будущих педагогов-психологов. Полученные результаты эмпирического исследования в целом, с одной стороны, подтверждают практическую приемлемость применяемых подходов относительно изучаемого явления, а с другой – весьма актуализируют выработку эффективных путей совершенствования развития социально-психологической компетентности современных обучаемых (будущих педагогов-психологов) в ходе их подготовки в высшем образовательном учреждении.

Литература

1. *Агзамова Е.Ю., Рахиммирзаев С.Б.* Особенности адаптации тест-опросника «Определение склонности к отклоняющемуся поведению» в Республике Узбекистан / Педагогика и психология в деятельности сотрудников правоохранительных органов: интеграция теории и практики: материалы международной научно-практической конференции. – СПб.: Санкт-Петербургский университет МВД России, 2022. – С. 9–20.
2. *Агзамова Е.Ю., Рахиммирзаев С.Б.* Особенности разработки психодиагностического инструментария: учебно-методическое пособие. – Ташкент: НУУз им. Мирзо Улугбека, 2021. – 45 с.
3. *Бодалев А.А., Столин В.В., Аванесов В.С.* Общая психодиагностика. – СПб.: Речь, 2000. – 440 с.
4. *Бурлачук Л.Ф.* Психодиагностика: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2006. – 351 с.
5. *Забродин Ю.М.* Психодиагностика. – М.: Эксмо, 2010. – 678 с.
6. *Мухамедова Д.Г.* Совершенствование социально-психологических технологий подготовки менеджера образования к инновационной деятельности: автореф. дис. ... д-р псих. наук / Д.Г. Мухамедова. – Ташкент, 2015. – 75 с.
7. *Нарзикулова Ф.Б.* Совершенствование социально-психологических условий развития профессионально-имиджевого потенциала учителя: автореф. дис. ... д-р псих. наук / Ф.Б. Нарзикулова. – Ташкент, 2023. – 81 с.
8. *Нарзуллаева М.Б.* Социально-психологические особенности конструктивного взаимодействия менеджера в ситуации конфликта: автореф. дис. ... PhD по псих. наукам / М.Б. Нарзуллаева. – Ташкент, 2018. – 49 с.
9. *Сидоренко Е.В.* Методы математической обработки в психологии. – СПб: ООО «Речь», 2000. – 350 с.

РЕАЛИЗАЦИЯ МЕР СОЦИАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН В СЛОЖИВШИХСЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Хайруллина Юлдуз Ракибовна

*Казанский (Приволжский) федеральный университет,
Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан,
Казань, Россия*

Сагтарова Ленара Винеровна

*Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан,
Казань, Россия*

Аннотация. В данной статье рассматривается реализация мер социальной поддержки семей с детьми в Республике Татарстан в сложившихся социально-экономических условиях.

Ключевые слова: социальная поддержка, качество жизни населения, семья, дети, меры поддержки.

В условиях глобального финансового кризиса все большую важность приобретает поддержка и защита института семьи, материнства, отцовства и детства. Семья является фундаментальной единицей общества, определяющей его основу. Следовательно, государство должно придавать особое значение этому институту и обеспечивать его правовую защиту в целом. В данной статье рассматриваются меры поддержки семьи, материнства, отцовства и детства, а также выявляются некоторые конституционно-правовые проблемы в этой области и предлагаются меры для их преодоления [1].

Поддержка и защита института семьи является одним из важнейших направлений социальной политики в России. Семья, материнство, отцовство и детство являются ключевыми объектами социальной помощи, так как благополучие каждой семьи влияет на общее благосостояние общества и его демографическую безопасность. Институт семьи имеет особое значение, так как от его положения в обществе зависит доступность экономических, правовых, образовательных и других возможностей для рождения и воспитания детей. В современной России долгое время существует проблема демографического кризиса [2].

Качество и уровень жизни семьи находится в зависимости от того, как будут воспитываться и обучаться дети. Государство придерживается мнения, что социальная поддержка семей с детьми дает возможность повышать внимательность родителей к воспитанию собственных детей и позволяет формировать благоприятные условия для их развития.

В основе организации социальной защиты населения в любом государстве лежит законодательная база, принятие и утверждение которой не представляется возможным без кропотливого исследования общественных рисков и определения механизмов их разрешения [5]. В Российской Федерации социальная защита семьи, материнства и детства является одним из приоритетных направлений национальной политики, поскольку наше общество находится в кризисном состоянии ввиду отсутствия семейных ценностей и демографических проблем. Президент Российской Федерации В.В. Путин в своих посланиях Федеральному Собранию неоднократно заявлял о важности поддержки семей с детьми.

На данный момент в Российской Федерации существует более 30 нормативно-правовых актов, которые определяют социальные гарантии семей с детьми, а также по Указу Президента РФ к концу 2018 года были разработаны национальные проекты по 12 направлениям, которые касаются каждой семьи, проживающей в нашей стране. Каждый из национальных проектов направлен на улучшение уровня и качества жизни и как следствия гарантий социальной защищенности населения нашей страны. Кроме того, поддержка семьи, материнства и детства отражается в таких государственных документах, как Концепция демографического развития Российской Федерации до 2025 года, Концепция государственной семейной политики в Российской Федерации до 2025 года, Национальная стратегия действий в интересах детей на 2017–2022 годы.

В России оказывается социальная поддержка семьям с детьми, но которая во многом является разовой и бессистемной, в связи с чем соответственно возникает необходимость ее совершенствования. Осуществление социальной поддержки семей с детьми – это комплекс законодательных, структурных, информационных, административных ресурсов, которые ориентированы на реализацию действий по социальной поддержке семей с детьми. Реализацией социальной поддержки семей с детьми занимаются такие государственные структуры, как Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации и их региональные отделения, управления социальной защиты населения в регионах, а также учреждения, которые предоставляют социальные услуги населению.

Реализация мер социальной поддержки семей с детьми в России осуществляется по двум направлениям. Первое направление – увеличение реальных доходов населения посредством оказания мер социальной поддержки (предоставление различных льгот, выплата пособий и субсидий и многое другое). Второе направление – развитие и расширение области социального обслуживания семей с детьми. Значимым компонентом социальной политики выступает государственная семейная социальная политика, которая направлена на укрепле-

ние института брака и семьи, формирование положительного образа семьи, создание благоприятных условий для воспитания подрастающего поколения и увеличение рождаемости.

В настоящее время в Российской Федерации семьям с детьми осуществляются следующие меры социальной поддержки [3]:

- пособие по беременности и родам;
- пособие по уходу за ребенком до 1,5 лет (для трудоустроенных);
- единовременная выплата при рождении ребенка;
- единое пособие (для семей, чей доход не превышает прожиточный минимум на душу населения в том или ином субъекте);
- материнский (семейный) капитал при рождении ребенка;
- единовременное пособие беременной жене военнослужащего, проходящего военную службу по призыву;
- ежемесячное пособие на ребенка военнослужащего (в возрасте до 3 лет), проходящего военную службу по призыву;
- семейная ипотека (возможность взять ипотеку по ставке до 6 % годовых).

Также в ряде субъектов Российской Федерации предусмотрены региональные меры социальной поддержки семей с детьми. Одним из передовых регионов в реализации мер поддержки семей с детьми является Республика Татарстан. Рассмотрим подробнее меры поддержки [6]:

1. Выплата компенсации части родительской платы в следующем порядке:

- для первого ребенка компенсация составляет 20 % от средней суммы родительской платы за присмотр и уход за ребенком в государственных и муниципальных дошкольных образовательных организациях;
- для второго ребенка компенсация составляет 50 % от указанной платы;
- для третьего ребенка и последующих детей компенсация составляет 70 % от размера родительской платы.

С 1 января 2020 года было принято решение об увеличении размера компенсации за детский сад до 100 % от оплаты для семей с тремя и более детьми, чей среднедушевой доход ниже прожиточного минимума во всех муниципальных образованиях.

2. Предоставление специальных молочных продуктов питания и смесей для детей первых трех лет жизни по рецептам врачей. При наличии заболевания, включенного в перечень заболеваний, утверждаемый Кабинетом Министров Республики Татарстан, эти продукты предоставляются безвозмездно.

3. Безвозмездное предоставление лекарственных средств детям первых трех лет жизни. Перечень этих средств устанавливается также Кабинетом Министров Республики Татарстан.

4. Предоставление родителям путевок на оздоровление детей в лагерях, санаториях и санаториях-профилакториях.

5. Обеспечение питанием обучающихся по образовательным программам основного общего и среднего общего образования в государственных и муниципальных общеобразовательных организациях, а также обучающихся в государственных и муниципальных профессиональных образовательных организациях.

Дополнительно, семьям с детьми, чей среднедушевой доход ниже прожиточного минимума, установленного в Республике Татарстан, и уровень имущественной обеспеченности которых ниже уровня, установленного приложением к указанному Закону Республики Татарстан, предоставляются следующие меры социальной поддержки:

- ежемесячная выплата пособия на ребенка в возрасте до 16 лет (на обучающегося в общеобразовательной организации – до окончания его обучения, но не более чем до достижения возраста 18 лет);
- дети первых трех лет жизни также получают безвозмездное обеспечение специальными молочными продуктами питания и смесями по рецептам врачей.

Гражданам в возрасте до 18 лет, включая приемных детей, предоставляются следующие меры социальной поддержки:

– субсидия на приобретение лекарственных средств для детей до 6 лет. Размер этой субсидии составляет 136 рублей в месяц с 1 января 2020 года, и ежегодно индексируется с учетом уровня инфляции.

– субсидия в размере 30 % расходов на оплату жилья в пределах социальной нормы площади жилья, установленной законодательством Республики Татарстан. Эта субсидия предоставляется лицам, проживающим в жилищном фонде независимо от его формы собственности.

– субсидия в размере 30 % расходов на оплату коммунальных услуг в пределах установленных нормативов потребления услуг для населения. Для семей, проживающих в домах без центрального отопления, субсидия рассчитывается от стоимости топлива, приобретаемого в пределах установленных норм для продажи населению. Эта субсидия предоставляется независимо от вида жилищного фонда.

– ежемесячная субсидия на проезд учащимся общеобразовательных учреждений и учреждений начального и среднего профессионального образования до окончания их обучения, но не более чем до достижения ими возраста восемнадцати лет. Размер этой субсидии ежегодно индексируется с учетом уровня инфляции и составляет 307 рублей в месяц с 1 января 2020 года.

В соответствии с Указом Президента Республики Татарстан от 20 августа 2008 года № УП-397 «О дополнительных мерах социальной поддержки семей с детьми в связи с рождением одновременно трех и более детей», предусмотрены следующие выплаты:

– единовременное пособие при рождении одновременно трех и более детей в размере 10 000 рублей на каждого ребенка.

– ежемесячное пособие семьям, воспитывающим трех и более одновременно рожденных детей в возрасте до полутора лет в размере 1 000 рублей на каждого ребенка.

В целях повышения рождаемости в Республике Татарстан, в соответствии с постановлением Кабинета Министров Республики Татарстан от 9 февраля 2018 года № 67 «О единовременной выплате женщинам, постоянно проживающим в сельской местности, поселках городского типа, при рождении ребенка», определенным категориям женщин предоставляются следующие выплаты:

– женщинам в возрасте до 25 лет при рождении первого ребенка предоставляется единовременная выплата в размере 50 тысяч рублей.

– женщинам в возрасте до 29 лет при рождении третьего и последующих детей предоставляется единовременная выплата в размере 100 тысяч рублей.

В соответствии с постановлением Кабинета Министров Республики Татарстан от 4 декабря 2019 года № 1099 «О реализации на территории Республики Татарстан акции «Подарок новорожденному», семьям с новорожденными детьми, у которых среднедушевой доход не превышает прожиточный минимум на душу населения, предоставляются подарочные комплекты детских принадлежностей.

В Республике Татарстан действует постановление Кабинета Министров Республики Татарстан от 2 сентября 2014 года № 635 «Об оказании государственной социальной помощи, в том числе на основе социального контракта, в Республике Татарстан». Согласно этому постановлению, государственная социальная помощь, включая помощь на основе социального контракта, предоставляется:

Гражданам, находящимся в трудной жизненной ситуации, таким как тяжелое заболевание, в том числе близкого родственника (супруга, родителя, ребенка), требующее оплаты лечения или приобретения дорогостоящих лекарств и медицинских изделий, не включенных в программу государственных гарантий бесплатной медицинской помощи гражданам Российской Федерации на территории Республики Татарстан; либо в случае пожара, наводнения или других стихийных бедствий, причинивших значительный ущерб гражданину; либо в послеоперационный периоде; либо в других ситуациях, объективно препятствующих нормальной жизнедеятельности гражданина и которые он не может преодолеть самостоятельно.

Кроме того, в рамках Федерального закона от 24 ноября 1995 года № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» предусмотрены меры социальной поддержки для семей, имеющих детей-инвалидов. Эти меры включают компенсацию расходов на оплату жилых помещений и коммунальных услуг в размере 50 %. Детям-инвалидам и гражданам, имеющим детей-инвалидов, предоставляется также компенсация расходов на взносы на капитальный ремонт общего имущества в многоквартирном доме. Размер этой компенсации составляет не более 50 % от взноса, рассчитанного исходя из минимального размера взноса на капитальный ремонт на один квадратный метр общей площади жилого помещения в месяц, установленного нормативным правовым актом субъекта Российской Федерации, и размера регионального стандарта нормативной площади жилого помещения, используемого для расчета субсидий на оплату жилого помещения и коммунальных услуг.

В условиях экономической нестабильности, которая снижает возможности для качественной жизни граждан, становятся все более актуальными проблемы обеспечения социальной поддержки наиболее уязвимых групп населения, включая семьи с детьми [4]. В России поддержка семей с детьми является одним из приоритетных направлений национальной политики. Основной формой социальной поддержки семей с детьми являются денежные выплаты, однако также существуют другие формы поддержки (натуральная, моральная). При этом стоит отметить, что социальная поддержка семей с детьми носит фрагментарный и краткосрочный характер и в большей степени ориентирована на стимулирование рождения детей, но не на дальнейшее оказание помощи.

Литература

1. Низиньковская В.В. Правовая природа материнства, отцовства и детства в современной России // Вестник Таганрогского института управления и экономики. – 2020. – № 1. – С. 45–48.
2. Гуревич В.С. Мониторинг экономической ситуации в России: тенденции и вызовы социально-экономического развития: сборник статей / В.С. Гуревич, С.М. Дробышевский. – М.: Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 2020. – № 9 (111). – 106 с.
3. Меры социальной поддержки многодетных семей и семей с детьми в Республике Татарстан в 2022 году. – URL: <https://mnogodetyu.ru/regions/tatar/socmery/?ysclid=lb7nel99r5992196310> (дата обращения: 16.04.2023).
4. Компенсация при рождении (усыновлении) ребенка в Казани и Республике Татарстан. – URL: <https://мкап.рф/татарстан/компенсация-при-рождениитат/?ysclid=lb7o960uoq876253242> (дата обращения: 16.04.2023).
5. Хайруллина Ю.Р., Жигитова Т.В. Пенсионная система РТ в современных условиях: проблемы, вызовы, поиск решений // Общенациональный научно-политический журнал «Власть». – 2017. – Т. 25. – № 8. – С. 100–104.
6. Указ Президента Республики Татарстан от 20 августа 2008 года № УП-397 «О реализации мер социальной поддержки семей с детьми в Республике Татарстан». – URL: <https://rtdety.tatarstan.ru/o-realizatsii-mer-sotsialnoy-podderzhki-semey-s-detiymi-v-respublike-tatarstan.htm?ysclid=lini2ux-7fs598397273> (дата обращения: 08.05.2023).

ПРОБЛЕМНЫЕ ПОЛЯ В ОРГАНИЗАЦИИ АДАПТАЦИОННЫХ ПРОГРАММ ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ В КФУ

Ситдикова Диляра Рашидовна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация: в данной статье предлагаются результаты анализа образовательной и культурной среды иностранных студентов КФУ, выявление проблемных полей в организации

адаптационных мероприятий КФУ 2022–2023 учебного года и инновации в организации адаптационных мероприятий, в 2022–2023 учебном году.

Ключевые слова: адаптация, иностранные студенты, адаптация иностранных студентов к условиям российского образования, технологии адаптации, адаптационные программы.

За последние десятилетия Россия стала одним из крупнейших центров учебной миграции. Привлекательность российского образования приводит к ежегодному росту числа студентов из соседних стран, а также из стран дальнего зарубежья. По данным Министерства науки и высшего образования РФ в 2021/2022 учебном году в Казанском федеральном университете (включая Елабужский и Набережночелнинский институты) по всем программам и формам обучается 10,8 тысяч иностранных граждан из 101 страны мира [8].

Иностранные студенты сталкиваются с определенными трудностями при переезде и обучении. Социокультурная адаптация иностранных студентов к новым условиям жизни сложный многофакторный аспект. В исследовании М.И. Витковской и И.В. Троцук [1] выделяются три вида адаптации иностранных студентов: физиологическая, психологическая и социальная. Для нашего исследования в первую очередь интересна социальная адаптация, которая выражается в формировании и развитии социальной активности личности, приведении индивидуального и группового поведения в соответствие с господствующей в данном обществе, классе, социальной группе системой норм и ценностей. В первую очередь, наиболее существенным препятствием для многих студентов может являться языковой барьер, различие методов преподавания, отличающийся часовой пояс, новый коллектив, порой резко отличающаяся от привычной социокультурная среда и пр. Данные аспекты с большой долей вероятности становятся барьерами на пути успешной адаптации студентов. Согласно Шароновой Е. Г., Егоровой Л. Д. студенты-иностранцы проходят такие виды социальной адаптации как социально-культурная, социально-психологическая, учебно-профессиональная, социально-экологическая и при реализации всех видов адаптации будет считаться успешной [7]. Успешная адаптация способствует более быстрому включению студентов в процесс обучения.

Именно поэтому университетам, имеющим значительное число иностранных студентов, стоит обращать особое внимание на способы помощи адаптации и социализации данных учащихся.

Были изучены различные направления помощи в адаптации иностранным студентам в крупнейших университетах России. На базе РУДН в структуре Института русского языка в 2021 году создан центр содействия социальной и культурной адаптации и межкультурной коммуникации. Центр работает с привлечением молодёжных волонтерских организаций, а также в процессе адаптации предоставляет возможность использовать инструменты погружения в виртуальную реальность (VR-лаборатория, LMS – платформа). На базе данного центра также реализуются адаптивные курсы, психологические тренинги для минимизации и снятия негативных эмоциональных симптомов стрессогенной ситуации. Одним из важнейших направлений в РУДН также является система тьюторства, при которой студенты из других стран сопровождаются в решении множества вопросов.

В Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики» существует комплексная система адаптации. Одной из практик является проведение ориентационной сессии для иностранных студентов с разъяснением визовых и миграционных правил, предоставлением полной информации о кампусах и общежитиях. Также реализуется программа помощи в адаптации с помощью студенческой организации HSE Buddies, которая проводит встречи и мероприятия, направленные на знакомство с культурой и городом, а также сопровождает учащихся от момента приезда в страну и в дальнейшем ориентирует в вопросах, связанных с оформлением документации. Работает круглосуточная горячая линия психологической поддержки.

В Национальном исследовательском университете ИТМО также реализуется программа формата Buddy System. Данная программа предполагает предоставление иностранному

студенту наставника, сопровождающего его с момента пребывания в город обучения. Мен-тор обычно владеет языком, на котором говорит прибывший студент, сопровождает студента во всех вопросах от заселения до быта. Данная программа направлена на более быструю и комфортную адаптацию иностранных студентов.

В КФУ также реализовываются отдельные меры по улучшению адаптации иностранных студентов. Одной из инициатив отдела адаптации иностранных граждан является «Про-грамма Buddy» [5], ориентированная на помощь иностранным студентам, приезжающим в КФУ, адаптироваться в новой социальной и образовательной среде. Сущность программы состоит в привлечении заинтересованных студентов к курированию иностранных студентов. Основные обязанности данных студентов состоят в сопровождении иностранца с момента его прибытия, в Россию, ознакомлении с городом и учебным заведением, помощи с оформ-лением документов, помощи в интеграции в университетскую жизнь, поддержании связи с иностранным студентом в течение всего периода его пребывания на территории России, что является достаточно действенным методом упрощения адаптации иностранного студен-та. Однако, данная программа при имеющихся плюсах предполагает в качестве иностранного студента - гражданина дальнего зарубежья. Аналогичная программа для помощи в адаптации студентам из ближнего зарубежья по имеющейся информации отсутствует. Ещё одной важ-ной мерой для помощи в адаптации иностранных студентов является языковая подготовка. В 2004 году было создано подготовительное отделение для иностранных учащихся, на базе которого в 2010 году и был образован подготовительный факультет для иностранных граж-дан. Языковая подготовка является значимым механизмом упрощения и ускорения адапта-ции иностранцев к обучению в российских вузах. Освоение языка улучшает процесс обучения и усвояемости информации и является значительным подспорьем при получении образования в России. По результатам исследования, проведенного в 2017 году Ишкинеевой Ф. Ф., Озеро-вой К.А., Кавеевой А.Д., Ахметовой С.А., Фурсовой В.В. [3]. иностранные студенты отмечали существенные трудности как с обучением на русском языке, так и с общением на нём вне учё-бы. В качестве слабой стороны языковой подготовки иностранных студентов в КФУ чаще всего отмечается слишком сильный акцент на изучение грамматических правил, тогда как навыкам практической речи и расширению словарного запаса студентов уделяется мало внимания. Студенты сообщали о желании усваивать больше специальных терминов, а также расширять запас слов и выражений, облегчающих взаимодействие в повседневной жизни.

На наш взгляд одной из важных составляющих процесса социокультурной адаптации, является организационная среда вуза, которая так или иначе способствует данному процессу, может выстраивать его тем или иным образом, а также впоследствии «задавать» иностран-ному студенту ту траекторию, по которой он станет следовать в рамках процесса адаптации в конкретном вузе и, возможно, за его пределами. В связи с этим интересным представляется рассмотреть процесс социокультурной адаптации иностранных студентов, обучающихся в КФУ, а также выявить возможные недостатки системы помощи в адаптации иностранных студентов.

Основным исследовательским вопросом являлся вопрос об удовлетворенности ино-странными студентами существующих в КФУ программ и мероприятий по адаптации ино-странных учащихся.

Новизна данной работы заключается в исследовании отношения иностранных студен-тов к программам адаптации предоставленным университетом.

Цель работы – выявление проблемных полей в организации адаптационных мероприя-тий иностранных обучающихся в КФУ.

Объект исследования иностранные студенты, обучающиеся в Казанском (Приволж-ском) Федеральном Университете (КФУ).

Предмет исследования – процесс адаптации иностранных студентов в КФУ к новой со-циокультурной среде.

Теоретической базой послужили работы западных и отечественных ученых, которые посвящены теории «культурного шока», межкультурной коммуникации, а также адаптации

мигрантов. В их числе взгляды М. Вебера и его понимающей социологии, концепция «стресса аккультурации», Дж. Берри, классификация специфических проблем иностранных студентов в России И.А. Позднякова, а также исследования отечественных социологов: Ишкинеевой Ф.Ф., Озеровой К.А., Кавеевой А.Д., Ахметовой С.А., Фурсовой В.В, Позднякова И.А. [4], Витковской М.И, Троцук И.В. и др.

Методология включает в себя всестороннее, комплексное изучение проблемы образовательной и культурной среды иностранных студентов в вузе. Основными методами были выбраны анкетный опрос и полужформализованное интервью. Анкетный опрос позволяет охватить значительное количество информантов в короткие сроки, метод полужформализованного интервью позволит более полную информацию об отношении студентов к исследуемой проблеме. Типа выборки использованный в данном исследовании – снежный ком.

Эмпирической базой послужил материал пилотажного исследования, проведенного среди иностранных студентов КФУ из 6 стран: Казахстан, Узбекистан, Кыргызстан, Иран, Китай, Таджикистан. В исследовании приняли участие студенты с 1-го по 4-й курс очной формы обучения. Общее число опрошенных методом интервью – 7 человек, общее количество опрошенных методом анкетирования – 54 человека.

1. На основании серии проведенных интервью и анкетирования было выявлено, что большая часть респондентов прибыла в Казань на длительный период обучения. Большая часть иностранных студентов адаптировались самостоятельно либо с помощью друзей/знакомых. Некоторые из информантов, которые адаптировались самостоятельно, характеризовали, свой уровень стресса как более высокий, чем те, кто адаптировался с помощью проживающих здесь родственников и знакомых.

2. Большинство поступивших иностранных студентов были в достаточной степени информированы об особенностях жизни в Казани и обучении в КФУ, однако по прибытии столкнулись с проблемой несоответствия ожиданий с реальными условиями пребывания. Информанты отмечают, что их неприятно поразило различие между обещанными условиями жизни и теми, с которыми они столкнулись в действительности. Многие из студентов отметившие данный момент сообщили о том, что основную информацию они получали с помощью интернет-источников, в основном – официальные сайты университета и институтов.

3. Также следствием неподготовленности к жизни и обучению КФУ стал «культурный шок». Предположительно, на момент прохождения интервью около трети студентов находились в начале адаптационного периода, что могло оказать влияние на ответы учащихся. Однако тот факт, что студенты, обучаясь в России более полугода, все еще не справляются с этой стадией, подтверждает недостаточную эффективность адаптационной программы для студентов, приезжающих на долгосрочное обучение. Респонденты отмечают необходимость большего количества неформальных мероприятий, направленных на более близкое знакомство с городом, культурой и языком.

4. Опрос также выявил, что причиной неоправданных ожиданий стало как недовольство самой образовательной программой, так и низкая информированность о мероприятиях в вузе и социальной жизни университета, из-за чего студенты оказываются по факту из нее исключены. Отмечается также неудовлетворенность качеством погружения в языковую среду. Причиной этого может быть недостаточное количество занятий по устной русской речи, замкнутость внутри своего коллектива, отсутствие возможности практики русского языка за пределами вуза. Кроме того, мероприятия, рассчитанные на активное участие в них иностранных студентов, которые проводились для иностранных студентов на момент опроса, носили несистемный, немассовый характер. Опрашиваемые указывали на эффективность языковых подготовительных курсов, но при этом выражали пожелание об их большей ориентированности непосредственно на практику разговорной речи. В качестве положительной тенденции студенты отмечали студенческую самоорганизацию в Деревне Универсиады направленную на изучение различных культур и языков.

5. Респонденты отмечают тенденцию к улучшению процесса оформления документов. Студенты старших курсов отмечают упрощение процесса ввиду введения возможности элек-

тронной записи, однако также отмечается неосведомленность многих студентов о данной возможности, по причине незнания языка. Студенты младших курсов наоборот отмечают негативные аспекты такие как: большие очереди, отсутствие четких инструкций по последовательности прохождения необходимых инспекций.

6. Респонденты также отмечают наличие тех или иных инициатив, направленных на улучшение адаптации иностранных студентов (в частности, языковые бесплатные кружки, какие-либо интернациональные культурно массовые мероприятия) организованных и управляемых самими студентами, располагающиеся в основном на территории Деревни Универсиады. Однако они также имеют несистемный и малочисленный характер, не все иностранные студенты могут быть проинформированы о них, либо с их посещением могут возникнуть трудности ввиду проживания в других общежитиях вне Деревни Универсиады.

7. Часть из респондентов на вопрос о том, осведомлены ли они о специальных программах, направленных на помощь в адаптации, отвечали отрицательно. Часть из респондентов сообщали, что узнали о данных мерах на более поздних курсах, после того как период адаптации уже был пройден.

8. У информантов из стран ближнего зарубежья замечен меньший интерес к мероприятиям для помощи в адаптации, что может быть связано со знанием русского языка по сравнению со студентами из дальнего зарубежья. При этом в интервью ими был отмечен недостаток мероприятий направленных непосредственно на помощь в адаптации студентов, прибывших из ближнего зарубежья.

Подводя итог можно сделать вывод о том, что наиболее проблемными полями в организации адаптации иностранных студентов КФУ являются аспекты, затрагивающие языковое обучение. Студентами отмечен недостаток языковой практики перед полноценным погружением в обучение. Также был отмечен недостаток мероприятий позволяющих поближе познакомиться с культурой и городом, имеющиеся мероприятия носили несистемный характер и не охватывали значительную часть иностранных студентов. В среднем студенты положительно характеризовали процесс оформления документов, однако выражали надежду на его большую оптимизацию. Адаптационная программа иностранных студентов в КФУ по мнению респондентов имеет позитивную тенденцию к улучшению, однако по-прежнему не хватает системности проводимых мероприятий по вовлечению иностранных студентов во взаимодействие, недостаточна скоординированность административных отделов объединенного совета обучающихся, а также кафедр, на которых обучаются иностранцы в первый год пребывания в КФУ.

Литература

1. *Витковская М.И., Троцук И.В.* Адаптация иностранных студентов к условиям жизни и учебы в России (на примере РУДН) // Вестник РУДН. Серия: Социология. – 2004. – № 6–7. – С. 267–283.
2. *Гладуш А.Д.* Социально-культурная адаптация иностранных граждан к условиям обучения и проживания в России: учебное пособие. – М.: РУДН, 2008. – 146 с.
3. *Ишкинеева Ф.Ф., Озерова К.А., Кавеева А.Д., Ахметова С.А., Фурсова В.В.* Интернациональный характер современного образования: адаптация иностранных студентов в российском вузе // Вестник Института социологии. – 2017. – № 1. – С. 35–54.
4. *Поздняков И.А.* Проблема адаптации иностранных студентов в России в контексте педагогического сопровождения // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2010. – № 121. – С. 161–166.
5. Программа Buddy. – URL: <https://kpfu.ru/international/adaptation/programma-buddy> (дата обращения: 20.04.23).
6. *Тихонова Е.Г.* Особенности адаптации иностранных студентов в вузе региона // Регионология. – 2010. – № 2. – С. 149–155.

7. Шаронова Е.Г. Теоретические основы социальной адаптации студентов-иностранцев в системе высшего профессионального образования / Е.Г. Шаронова, Л.Д. Егорова // *Фундаментальные исследования*. – 2014. – № 8-5. – С. 1201–1205.
8. Сайт Министерства науки и высшего образования Российской Федерации. – URL: <https://minobrnauki.gov.ru/presscenter/news/mezhdunarodnoe-sotrudnichestvo/46158/> (дата обращения: 24.04.23).

ПЕНСИОННЫЙ КАПИТАЛ В ЧЕЛОВЕЧЕСКОМ ПОТЕНЦИАЛЕ РАБОТНИКА: ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РИСКИ РЕАЛИЗАЦИИ

Соловьев Аркадий Константинович

Финансовый университет при Правительстве РФ

*(Научно-исследовательский Центр развития государственной пенсионной системы РФ),
Москва, Россия*

Аннотация. Представлены результаты исследования долгосрочных последствий развития государственной пенсионной системы в отношении будущих поколений пенсионеров в условиях новых глобальных рисков. Основное внимание уделено анализу экономических и социальных результатов трансформации социально-трудовых отношений для формирования пенсионных прав различных категорий работников, а также проблемы их финансового обеспечения в течение периода выплаты пенсий.

Ключевые слова: государственная пенсионная система, страховая пенсия, трансформация рынка труда, самозанятые категории населения.

Новый этап пенсионной реформы обусловлен необходимостью адаптации рыночно-страховой пенсионной программы, которая основана на солидарных принципах формирования пенсионного капитала работников, накопленного в трудоспособный период его жизни, в новым глобальным факторам цифровой трансформации всех элементов сложившейся системы социально-трудовых отношений.

Основные условия адаптации государственной системы пенсионного обеспечения сформированы новыми нормативными актами, которые регламентируют порядок и условия объединения ПФР и ФСС в 2023 г. (Федеральный закон № 236-ФЗ), и направлены на реализацию одной из приоритетных целей Стратегии – 2030 по совершенствованию сложившейся государственной системы управления обязательным пенсионным страхованием путем ее синхронизации с другими весьма многочисленными видами обязательного социального страхования на принципиально новых как институциональных, так и параметрических условиях.

Принципиально новым фактором совершенствования государственного управления современной системой социального обеспечения должны в свою очередь служить принципиально новые требования к государственному пенсионному обеспечению, которые наиболее полно определены в «*Концепции цифровой и функциональной трансформации социальной сферы (далее – Концепция цифровой трансформации)*», относящейся к сфере деятельности Минтруда и соцзащиты Российской Федерации, на период до 2025 г.», утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 20.02.2021 г. № 431-р.

Наиболее застарелые проблемы, тормозящие развитие государственной пенсионной системы в условиях глобальных вызовов, вытекают из отставания темпов институциональной перестройки рыночных экономических отношений в секторе общественных финансов и всей государственной социальной политики. До оной статус как ПФР, так и Фонда социального страхования Российской Федерации (ФСС) определялся как финансово-кредитные учреждения. В отношении ПФР, правовой статус регламентировался Положением о ПФР, утвержденным еще Постановлением Верховного Совета Российской Федерации от 27.12.1991 г. № 2122-1, и положением о ФСС, утвержденным постановлением Правительства Российской

Федерации от 12.02.1994 г. № 101, соответственно. В то время как за прошедший 30-летний период радикально изменились не только общественно-экономические отношения на рынке труда, но и нормативно-законодательные основы, а также практические потребности населения различных возрастных групп в сфере социального страхования, расширился функционал осуществляемых фондами страховых функций.

Наиболее существенные изменения произведены в области формирования страховых пенсионных прав:

- установлена непосредственная зависимость размера страховой пенсии от стажа и заработка («балльная пенсионная формула»),
- существенно расширились функции страховщиков-работодателей по нестраховым видам обязательной социальной поддержки различных групп населения,
- повышены требования к самим застрахованным лицам для формирования собственных пенсионных прав,
- конкретизированы условия предоставления льгот по формированию пенсионных прав целевым видам деятельности, регионам, социально-демографическим группам населения,
- трансформированы условия и порядок межбюджетных отношений по выполнению государственных пенсионных обязательств, как страхового, так и нестрахового формата,
- дальнейшее развитие получила тарифная политика по уплате обязательных пенсионных отчислений с учетом особенностей различных видов трудовой деятельности застрахованных лиц, включая интеграцию в единую налоговую систему государства,
- повышена финансовая ответственность государства за обеспечение минимального уровня материального потребления всех категорий пенсионеров,
- расширена система страховых и нестраховых льгот целевым категориям граждан,
- начат процесс оптимизации условий формирования индивидуально-накопительных пенсионных прав застрахованных лиц, включая «заморозку» обязательных пенсионных накоплений в системе ОПС, а также повышение государственных гарантий за реализацию накопительной пенсии.

Однако, большинство мероприятий имели разнонаправленные векторы оптимизации государственной пенсионной системы и краткосрочные – бюджетно-ориентированные цели – задачи – без учета долгосрочных социально-экономических последствий и синергетического эффекта.

В исследовании делается вывод, что об обязательной актуарной оценки и мониторинга развития государственной пенсионной системы с учетом кумулятивного эффекта. Дополнительным требованием к обязательному актуарному оцениванию пенсионной системы должны стать выполнение целевых показателей национальных проектов и достижение нормативно установленных параметрических характеристик, в частности: Стратегии 2030, Стратегии действий в интересах старшего поколения, национальных целей-2030 и др.

Макроэкономические, демографические, социально-трудовые факторы, влияющие на развитие национальных пенсионных систем и в значительной мере определяющие организационную структуру, метод финансирования, условия предоставления пенсий и иные характеристики пенсионных систем, в данную группировку не включены, поскольку представляют собой, в отличие от перечисленных показателей, являющихся факторами-результатами, факторы причины, определяющие современный и будущий дизайн пенсионных систем. В то же время рассмотрение пенсионных систем исключительно с позиций законодательно установленных (или согласованных в рамках трехстороннего партнерства, коллективных договоров или иными принятыми в конкретной стране способами) норм их функционирования позволяет в дальнейшем выделить в Системе показателей как универсальные, так и индивидуальные показатели их развития, количественные и качественные, и осуществить сопоставительный анализ с учетом особенностей каждой страны. Следует отметить также, что большинство рассматриваемых в настоящем параграфе характеристик пенсионных систем не получают отражения в статистической отчетности и, следовательно, остаются за рамками анализа, поскольку, как уже отмечалось, являются качественными, а не количественными.

Пенсионные системы являются крупнейшим компонентом социальной защиты и призваны обеспечивать доход после выхода на пенсию, перераспределять доход для сокращения бедности в пожилом возрасте, стремиться нивелировать гендерное неравенство в части более продолжительную трудовую деятельность для обеспечения возможностей удовлетворения потребностей старших поколений населения, транспарентно и эффективно управлять финансами и др.

Эффективность функционирования пенсионных систем с точки зрения соблюдения адекватности выплат, то есть уровня замещения пенсией утраченного дохода, можно измерить с помощью совокупного коэффициента замещения (ARR-aggregate replacement ratio), который сравнивает пенсионные доходы людей в возрасте 65–74 к заработку людей в возрасте 50–59. Таким образом, этот показатель призван отразить уровень пенсий относительно дохода за последние 10 лет стажа.

В целях обоснования и конкретизации указанных предложений в исследовании был проведен комплексный многофакторный анализ всех мероприятий за период реализации Стратегии 2030 в контексте соответствия заявленным в ней целям с оценкой достигнутых к настоящему моменту результатов и долгосрочных социально-экономических последствий.

В ходе исследования было подтверждено, что в современных условиях внебюджетные фонды адекватно выполняют все более разнообразные и многочисленные возложенные на них государственные функции. При этом наиболее значимым импульсом институциональной перестройки деятельности внебюджетных фондов является необходимость реализации и завершения поэтапного перехода к предоставлению государственных услуг в рамках «Социального казначейства», что потребовало безотлагательного проведения актуализации экономического статуса и урегулирования бюджетной синхронизации всей системы органов управления их деятельности.

Для этого предусматривается комплекс мероприятий по оптимизации структуры ПФР и ФСС, обеспечивающих централизацию функций соответствующих подразделений ПФР и ФСС по установлению пенсий и всех видов социальных выплат, а также осуществления на федеральном уровне персонифицированного учета, повышению эффективности процессов их административно-хозяйственной деятельности, в том числе централизации бухгалтерского учета, а также сокращения существующих издержек путем создания на базе указанных органов единого Фонда пенсионного и социального страхования Российской Федерации.

СФР, начиная с 2023 г. осуществляет в полном объеме выполнение всех нормативно-установленных государственных пенсионных и социальных обязательств. В целях обеспечения непрерывности выполнения СФР и его территориальными органами государственных функций и полномочий, возложенных в соответствии с законодательством Российской Федерации на ПФР и ФСС, предусматривается уточнение соответствующих положений подзаконных нормативно-правовых актов Российской Федерации, которые регламентируют соответствующие функции и полномочия ПФР и ФСС в установленной сфере деятельности, применяются в отношении СФР.

Главными социально-экономическими результатами создания СФР является решение ряда давно назревших задач по повышению эффективности социальной политики в целом и улучшению условий для всех категорий населения и участников системы государственного пенсионного и социального страхования, ориентированных на достижение национальных целей, в том числе:

- централизовать на федеральном уровне социальные услуги, предоставляемые государственными внебюджетными фондами;
- объединить офисы клиентского обслуживания на базе существующей территориальной сети ПФР и ФСС в единую структуру. Создаваемые клиентские офисы должны обеспечивать первичный прием граждан и страхователей для регистрации документов, представленных на бумажных носителях, и внесения.

Выводы. Новый этап пенсионной реформы, определенный нормативными актами, которые регламентируют порядок и условия объединения ПФР и ФСС в 2023 г. (Федеральный

закон № 236-ФЗ), направлен на реализацию одной из приоритетных целей Стратегии – 2030 по совершенствованию сложившейся государственной системы управления обязательным пенсионным страхованием путем ее синхронизации с другими весьма многочисленными видами обязательного социального страхования на принципиально новых как институциональных, так и параметрических условиях.

Наиболее застарелые проблемы, тормозящие развитие государственной пенсионной системы в условиях новых глобальных вызовов, вытекают из отставания темпов институциональной перестройки рыночных экономических отношений в секторе общественных финансов и всей государственной социальной политики.

Наиболее остро проблемы формирования пенсионного капитала в условиях современных глобальных рисков встают перед самозанятыми категориями работников. По оценкам Минтруда, численность официально самозанятых будет существенно увеличиваться с 3,3 млн человек в 2021 году и к 2030 году может достигнуть 10–11 млн человек¹. Хотя в первую очередь ожидается, что такой переток будет со стороны занятых в теневом секторе, часть работников корпоративного сектора также будут переходить на эту форму занятости.

Дополнительным риском для системы ОПС может являться рост доли занятых в организациях малого и среднего бизнеса (МСБ) до 45 % от всех наемных работников организаций. Такой рост предусмотрен как одна из целей национального проекта «Малое и среднее предпринимательство». В 2020 году в рамках поддержки организаций МСБ, пострадавших от COVID-локдауна, была существенно снижена для них ставка страховых взносов. В период кризиса это было необходимо и более чем целесообразно, но предоставление такой льготы на бессрочный период, вряд ли может быть признано оправданным, так как серьезно снижает устойчивость системы ОПС и увеличивает нагрузку на федеральный бюджет.

Одновременно установлено, что проводимые мероприятия (повышение возраста, секвестирование прав работающих пенсионеров, трансформация пенсионной формулы и др.) не сопровождались актуарным обоснованием и всесторонней оценкой долгосрочных экономических последствий.

С наибольшими проблемами в части будущего пенсионного обеспечения столкнутся сотрудники, задействованные в таких видах экономической деятельности как «Образование» и «Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений» в которых численность сотрудников отрасли, не достигающих минимально необходимого количества индивидуальных пенсионных коэффициентов в год, составляет 38,1 и 34,8 % соответственно.

Литература

1. *Соловьев А.К.* Теория и практика обязательного пенсионного страхования в РФ. – М.: Прометей, 2020. – 780 с.
2. Федеральный закон РФ № 236 от 14.07.2022 «О фонде пенсионного и социального страхования».
3. Указ президента РФ № 474 от 21.07.2020 «О национальных целях развития РФ на период до 2030 года».
4. Распоряжение Правительства РФ № 2524-р от 25 декабря 2012 г. «О Стратегии долгосрочного развития пенсионной системы РФ»
5. *Соловьев А.К.* Коэффициент замещения: проблемы теории и практики. – М.: Вариант, 2014. – 303 с.
6. Официальный сайт OECD. – URL: http://dx.doi.org/10.1787/pension_glance-2019-en (дата обращения: 30.04.2023).

¹ URL: <https://tass.ru/ekonomika/12884335> (дата обращения: 31.07.2023).

ТРАЕКТОРИИ ЗАНЯТОСТИ СТУДЕНТОВ-СОЦИОЛОГОВ

Терехина Александра Григорьевна

Ярославский государственный университет имени П.Г. Демидова, Ярославль, Россия

Аннотация. Цель настоящей статьи – выявление представлений о работе по специальности и траекторий занятости студентов-социологов. В статье использованы данные, собранные в рамках двух авторских исследований, проведенных в апреле 2022 года и марте 2023 года, методом анкетирования. В результате проведенных исследований был сделан вывод о том, что половина обучающихся по направлению «Социология» еще на этапе обучения отказывается от работы по специальности, при этом больше половины студентов уже имеют опыт работы, преимущественно, начиная с младших курсов и работают на протяжении всего обучения.

Ключевые слова: траектории занятости, студенческая молодежь, рынок труда.

Институт образования занимает важное место в процессе профессионального самоопределения студентов и формировании представлений о карьере. По результатам исследования ВЦИОМа 2019 года, образование служит для россиян преимущественно инструментом для успешного трудоустройства (44 %), карьерного продвижения (26 %), а также собственного самосовершенствования как профессионала (22 %) [1]. А согласно данным исследования ВЦИОМа 2023 года, 51 % респондентов не согласны с тем, что ценность высшего образования преувеличена, причем доля жителей страны, считающих высшее образование значимым, выросла на 16 % по сравнению с 2020 годом [2].

Но несмотря на то, что ценность высшего образования растет, огромное количество россиян отказывается от работы по полученной специальности. Так согласно исследованию ВЦИОМа, проведенного в апреле 2021 года, почти половина россиян (47 %) не работает по своей специальности, а четверть граждан и вовсе никогда не работали по специальности [3]. М.К. Горшков и Ф.Э. Шереги также отмечают, что качество подготовки выпускников позволяет им успешно реализовать себя в профессии примерно в 60 % случаев, однако половина выпускников не стремится работать по своей специальности после окончания вуза [4, с. 361].

Это может быть связано с тем, что при выборе образовательной организации и профессии, молодые люди рассматривают не содержание профессии и реальные перспективы трудоустройства, а наличие бюджетных мест, расположение вуза, престижность профессии и возможность получения высокой заработной платы.

Такие мотивы поступления могут препятствовать профессиональному самоопределению студентов, молодые люди разочаровываются в будущей специальности еще на этапе обучения или вовсе не имеют представления о том, чем должны заниматься в будущем.

Студенты, обучающиеся на направлении «Социология», также сталкиваются с отсутствием вакансий на рынке труда, содержащих прямое упоминание их специальности, особенно в Ярославле. Это может препятствовать их профессиональному самоопределению и вызывать нежелание работать в будущем. С другой стороны, получаемое образование является универсальным и может позволить молодым людям реализовать себя в разных сферах.

Кроме того, существует тенденция к совмещению студентами работы и получения образования. По данным проекта НИУ ВШЭ «Мониторинг экономики образования» 58 % опрошенных студентов работали во время обучения в вузе [5, с. 12]. С одной стороны, работа во время обучения может способствовать трудовой социализации студентов, формированию представления о будущем трудоустройстве и сфере применения навыков, полученных в вузе. С другой стороны, работа может отрицательно повлиять на успеваемость, а занятость в сфере, далекой от получаемой специальности, может повлиять на отказ от работы по специальности в будущем.

Поэтому необходимо проследить, каким образом у студентов-социологов формируется представление о будущей карьере и описать траектории занятости во время обучения в вузе.

Для того, чтобы выявить ожидания о работе по специальности и траектории занятости студентов-социологов было проведено два социологических исследования методом социологического опроса на основе авторских анкет.

Первое исследование, посвященное карьерным ожиданиям обучающихся на направлении «Социология», было проведено в апреле 2022 года. Респондентами выступили студенты Ярославского государственного университета имени П. Г. Демидова, обучающиеся по направлению «Социология»: 1 курс бакалавриата (25 человек), 4 курс бакалавриата (12 человек), 1 и 2 курсы магистратуры (11 человек).

Второе исследование о траекториях занятости студентов-социологов было проведено в марте 2023 года. В исследовании приняли участие 81 студент Ярославского государственного университета имени П.Г. Демидова, обучающийся по направлению «Социология». Из опрошенных 21 человек обучается на 1 курсе бакалавриата, 20 человек на 2 курсе бакалавриата, 24 человека на 3 курсе бакалавриата и 16 человек на 4 курсе бакалавриата.

По результатам первого исследования, на этапе обучения лишь половина студентов-социологов планируют в дальнейшем работать по специальности.

Рассмотрим распределение ответов у студентов, находящихся на разных этапах обучения (табл. 1).

Таблица 1

Распределение ответов студентов разных курсов на вопрос о работе по специальности (%)

	Частоты распределения у студентов 1 и 2 курсов магистратуры	Частоты распределения у студентов 4 курса бакалавриата	Частоты распределения у студентов 1 курса бакалавриата
Да	2 (18,2 %)	0 (0 %)	0 (0 %)
Скорее да	5 (45,4 %)	5 (41,7 %)	12 (48 %)
Скорее нет	3 (27,3 %)	3 (25 %)	7 (28 %)
Нет	1 (9,1 %)	3 (25 %)	3 (12 %)
Затрудняюсь ответить	0 (0 %)	1 (8,3 %)	3 (12 %)

Среди студентов первого курса бакалавриата, обучающихся по направлению «Социология», чаще всего был выбран ответ «Скорее да» (48 %), данный ответ является модальным. Коэффициент вариации равен 0,52, мода не типична. Следующим по доле идет ответ «Скорее нет» (28 %). Никто из респондентов не ответил на вопрос положительно. Также среди студентов первого курса бакалавриата доля тех, кто пока затрудняется ответить, выше, чем у студентов, находящихся на более высоком этапе обучения.

У студентов четвертого курса бакалавриата, обучающихся по направлению «Социология», наиболее часто встречающийся ответ «Скорее да» (41,7 %), который является модальным, но так как коэффициент вариации равен 0,58, мода не типична. Следующим по упоминанию идут ответы «Нет» (25 %) и «Скорее нет» (25 %). Если объединить эти варианты ответа, то можно сделать вывод, что половина студентов 4 курса бакалавриата, обучающихся по направлению «Социология», скорее не планируют работать по специальности.

Среди студентов магистратуры модальный ответ «Скорее да» (45,4 %), коэффициент вариации равен 0,54, мода не типична. Следующими по упоминанию идут ответы «Скорее нет» (27,3 %) и «Да» (18,2 %). Можно отметить, что именно у студентов магистратуры были положительные ответы на данный вопрос (18,2 %) и не было тех, кто затрудняется ответить.

Таким образом, среди студентов магистратуры доля тех, кто собирается работать по профессии, больше, чем у студентов бакалавриата.

Четверть респондентов на данный момент не имеет сформированного ожидания о работе по специальности социолога в течение всей жизни. Никто из студентов не смог уверен-

но сказать, что они планируют работать в течение всей жизни по профессии. В. В. Радаев отмечает, что нежелание работать в течение всей жизни по одной специальности характерно для современного молодого поколения вне зависимости от профессии [6, с. 15].

Рассмотрим результаты второго исследования. Больше половины (61,73 %) студентов-социологов уже имеет опыт работы, а 33,3 % работает и сейчас. Главной причиной выхода студентов на рынок труда стало желание иметь личные деньги (64 %), другие причины упоминаются значительно реже. Так только 12 % опрошенных используют занятость во время обучения как способ реализации и 6 % как источник опыта для будущей карьеры.

Для описания опыта трудовой деятельности в период обучения в вузе были выделены следующие возможные траектории занятости студентов:

- работа только во время каникул и выходных дней;
- совмещение работы и учебы с 1–2 курса на протяжении всего времени обучения;
- совмещение работы и учебы на 1–2 курсе, прекращение работы на старших курсах;
- совмещение работы и учебы с 3–4 курсов;
- совмещение работы и учебы на 1–2 курсе, отказ от работы на какое-то время и возвращение к работе на старших курсах.

В ходе исследования были выявлены следующие траектории занятости (табл. 2).

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос «Из перечисленных утверждений об опыте трудовой деятельности в период обучения в вузе выберите утверждение, которое лучше других описывает ваш опыт?» (в процентах от числа опрошенных, имеющих опыт работы в период обучения в вузе, n = 50)

Варианты ответов	%
Работал/работаю только во время каникул и выходных дней	20 %
Совмещаю работу и учебу с 1–2 курсов на протяжении всего времени обучения	32 %
Совмещал работу и учебу на 1–2 курсе, на старших курсах перестал работать	20 %
Совмещаю работу и учебу с 3–4 курсов	24 %
Совмещал работу и учебу на 1–2 курсе, потом какое-то время не работал, но на старших курсах вернулся к работе	4 %

Исходя из данных в таблице 2, выяснилось, что наиболее распространенной траекторией занятости является «Совмещение работы и учебы с 1–2 курса на протяжении всего времени обучения» (32 %). Однако велика частота упоминаний и других траекторий занятости. Среди них: «Работал/работаю только во время каникул и выходных дней» (20 %), «Совмещал работу и учебу на 1–2 курсе, на старших курсах перестал работать» (20 %), «Совмещаю работу и учебу с 3–4 курсов» (24 %). Наименее распространенной траекторией стала «Совмещал работу и учебу на 1–2 курсе, потом какое-то время не работал, но на старших курсах вернулся к работе» (4 %).

Согласно результатам исследования, 40 % студентов, обучающихся на направление «Социология» уже сталкивались со сменой мест работы. Также было необходимо выяснить сколько раз студенты меняли рабочие места (табл. 3).

Распределение ответов на вопрос «Укажите сколько раз вам приходилось менять работу будучи студентом?» (в процентах от числа опрошенных, имеющих опыт смены мест работы, n = 20)

Варианта ответа	%
1 раз	30 %
2 раза	25 %
3 раза	30 %
5 раз	5 %
6 раз	10 %

Результаты данной таблицы показывают, что чаще всего студенты-социологи меняют место работы 1–3 раза, однако есть и те, кто делает это значительно чаще 5–6 раз.

Кроме количества смен места работы, важно выявить среднюю продолжительность работы на каждом месте работы. По результатам исследования, чаще всего студенты работают от 1 до 3 месяцев на каждом месте работы (42 %). Следующими по частоте упоминания следуют ответы «от 6 месяцев до 1 года» (22 %) и «от 3 до 6 месяцев» (20 %). Наименее распространены варианты с минимальным временем занятости-менее 1 месяца (8 %) и с максимальным временем занятости на одном месте работы-более 1 года (8 %).

Рассмотрим, в каких сферах чаще всего заняты студенты-социологи. Согласно результатам исследования, обучающиеся по направлению «Социология» заняты в следующих сферах: IT, управление персоналом (администраторы в различных организациях), сфера услуг, социология (анкетеры, контролеры интервью и опросов), общественное питание, торговля, образование (репетиторство и работа в дошкольных учреждениях), строительство. Наиболее часто встречающимися сферами занятости студентов-социологов стали торговля (18 %), сфера услуг (16 %) и общественное питание (16 %). Можно предположить, что вряд ли студенты могут реализовать полученные в вузе навыки в этих сферах и вряд ли такая занятость способствует работе по специальности в будущем. Также есть и студенты, которые еще во время обучения уже получили опыт работы по специальности (12 %), что в будущем может способствовать их трудоустройству по профессии социолога.

Таким образом, на этапе обучения лишь половина студентов-социологов планирует работать по специальности, при этом больше половины обучающихся уже имеет опыт работы. Но студенты выходят на рынок труда в первую очередь из-за желания иметь дополнительный доход, а не для построения дальнейшей карьеры. Об этом также говорит и смена мест работы студентами непродолжительная занятость на каждом месте работы. В итоге часть студентов и не планирует карьеру по профессии социолога, и не строит вариантов для другой карьеры во время обучения.

Литература

1. Высшее образования: социальный лифт или потерянное время? / ВЦИОМ. 2019. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/vysshee-obrazovanie-soczialnyj-lift-ili-poteryannoe-vremya> (дата обращения: 27.03.2023).
2. Высшее образование: неожиданный ренессанс? / ВЦИОМ. 2023. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/vysshee-obrazovanie-neozhidannyi-rensans> (дата обращения: 27.03.2023).
3. *Абрамов К.* Социология труда и обучения / ВЦИОМ. 2021. – URL: https://wciom.ru/fileadmin/user_upload/Abramov_K.V._Forum_truda_-_dopolnennaja_ot_21.04.2020.pptx.pdf (дата обращения: 21.03.2022).
4. *Горшков М.К., Шереги Ф.Э.* Молодежь России в зеркале социологии. К итогам многолетних исследований: монография / М.К. Горшков, Ф.Э. Шереги. – М: ФНИСЦ РАН, 2020. – 688 с.

5. *Бекова С.К.* Совмещение учебы в университете и работы: от бакалавриата до аспирантуры: информационный бюллетень / С.К. Бекова. – М.: НИУ ВШЭ, 2022. – 28 с.
6. *Радаев В.В.* Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ // Социологические исследования. – 2018. – № 3. – С. 15–33.

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАЧЕСТВ СОТРУДНИКОВ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

Хабибрахманова Диляра Рустемовна

*Казанский национальный исследовательский технический университет имени А.Н. Туполева,
Казань, Россия,*

*Научный руководитель: кандидат социологических наук,
доцент Максимова Ольга Александровна*

Аннотация. В последнее десятилетие наблюдается популяризация уходовых услуг не только среди женского пола, но и среди мужчин. В современном мире индустрия красоты пользуется большим спросом у населения и обеспечивает 12 % сегмента спроса в сфере труда. Руководители салонов нередко сталкиваются с трудностями по подбору квалифицированных кадров на вакантные должности. В последние годы значительно возрос интерес к вопросам, связанным со стрессом и механизмами формирования стрессоустойчивости и противостояния стрессу. Внимание привлекают особенности стресса в индустрии красоты, где работа тесно связана с интенсивным и эмоционально напряженным взаимодействием с клиентами.

В данной статье затронута тема профессиональных качеств сотрудников индустрии красоты.

В ходе изучения проблемы нами был проведен опрос среди респондентов в возрасте 20–32 лет на тему факторы стрессогенности сотрудников студии «by Di». Также мы выявили процентное распределение сотрудников по уровню стрессоустойчивости по методике Н.В. Киршевой, Н. В. Рябчиковой.

В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что несмотря на минимальный барьер вхождения в индустрию красоты и минимизация законодательных мер осуществления деятельности, присутствие ответственности и личных качеств мастера играет важную роль в эффективности работы. Также мы выяснили, что немаловажную роль специалиста, работающим с людьми, являются анализ проделанной работы: осознание и четкое формулирование цели, четкое представление о содержании своей деятельности.

Ключевые слова: стрессоустойчивость, клиентоориентированность, стресс, личностные качества, клиент, сотрудник, анализ.

В последнее десятилетие наблюдается популяризация уходовых услуг не только среди женского пола, но и среди мужчин. В современном мире индустрия красоты пользуется большим спросом у населения и обеспечивает 12 % сегмента спроса в сфере труда. Конкуренция среди мастеров, занятых в сфере услуг, предлагающие свою работу по улучшению физического и внешнего вида населению, велика. Причина этому, доступность ниши услуг, а также вход с минимальными затратами, которая пользуется широким спросом и не обременена строгими барьерами [2].

Руководители салонов нередко сталкиваются с трудностями по подбору квалифицированных кадров на вакантные должности. И тут возникают следующие вопросы. По каким критериям работодатель отбирает сотрудников? Какими личностными психологическими и профессиональными качествами должен обладать мастер, притягивающий клиентов? Важность таких личностных характеристик, как стрессоустойчивость и клиентоориентированность.

В последние годы значительно возрос интерес к вопросам, связанным со стрессом и механизмами формирования стрессоустойчивости и противостояния стрессу. Внимание привлекают особенности стресса в индустрии красоты, где работа тесно связана с интенсивным и эмоционально напряженным взаимодействием с клиентами. У этих специалистов наиболее часто наблюдаются психические и физиологические реакции на широкий круг ситуаций трудовой деятельности. Следовательно, умение противостоять стрессу для таких специалистов очень важно, а стрессоустойчивость является для них профессионально важным качеством [12].

Стрессоустойчивость в общем смысле понимается как умение преодолевать трудности, подавлять свои эмоции, проявлять выдержку и такт [1].

Исследователи отмечают, что стрессоустойчивость как профессионально важное качество проявляется у работников как способность противостоять стресс-факторам трудовой деятельности. В последнее время исследователями отмечается, что стресс во время работы во многом обусловлен обстановкой на рабочем месте и взаимодействием мастера и руководителем организации. По статистике стрессовые ситуации возникают в профессиях «человек – человек», так как именно в этой сфере труда отмечается большее количество стресс-факторов. Таким образом, к категории профессий, подвергающимся частому профессиональному стрессу, можно отнести мастеров индустрии красоты. Следовательно, сотрудникам салонов красоты приходится бороться со стресс-факторами, и одним из профессионально важных качеств является такое личностное качество, как стрессоустойчивость. Анализ результатов диагностики мы начали с изучения стресс-факторов работы, выявленных по методике оценки стрессогенности трудных ситуаций на рабочем месте.

В ходе изучения проблемы нами был проведен опрос среди респондентов в возрасте 20–32 лет. Опрашиваемые являются сотрудниками студии красоты «by Di». Опрос проводился методом свободного интервью, предполагающим общение интервьюера и опрашиваемого без какой-либо строгой детализации вопросов. Выраженность средних показателей оценки стрессогенности рабочих ситуаций в порядке убывания их значимости представлена на рис. 1.

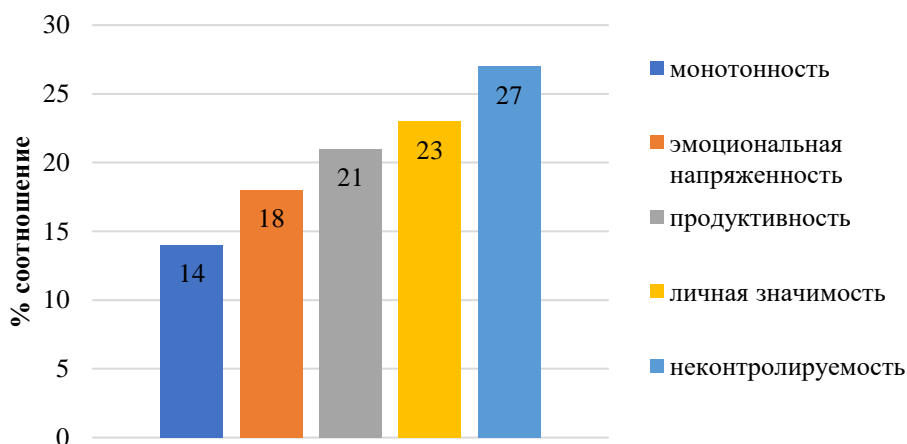


Рис. 1. Факторы стрессогенности на работе

Данные, представленные с опроса, свидетельствуют о том, что наименее стрессогенными в работе сотрудников студии красоты оказались факторы: монотонность (14 %), эмоциональная напряженность (18 %) и продуктивность (21 %) опрошенных. Наиболее стрессогенными по результатам опроса оказались ситуации: личная значимость (23 %) и самой стрессогенной ситуацией является неконтролируемость (27 %). Индивидуальный анализ результатов тестирования сотрудников показывает, что факторы неопределенности, неконтролируемости и личной значимости наиболее выражены в таких ситуациях, как грубость и не-

сдержанность коллег. Из опроса мы можем сделать вывод, что сотрудников студии больше всего беспокоят взаимоотношения с коллегами и клиентами, а также сбои в поставках расходных материалов. Остальные причины выражены значительно меньше. Это связано с тем, что мастера часто сталкиваются с дополнительной работой, но это деятельность оплачивается, поэтому не вызывают особого напряжения. Опоздания на работу, отсутствие на рабочем месте, частые отмены записи в салонах красоты – явление достаточно редкое, так как это коммерческие организации и доход напрямую связан с количеством клиентов и качества выполненных услуг.

После изучения влияния внешних профессиональных факторов на развитие стресса у сотрудников студии красоты выявлен уровень стрессоустойчивости по методике Н.В. Киршевой, Н.В. Рябчиковой.

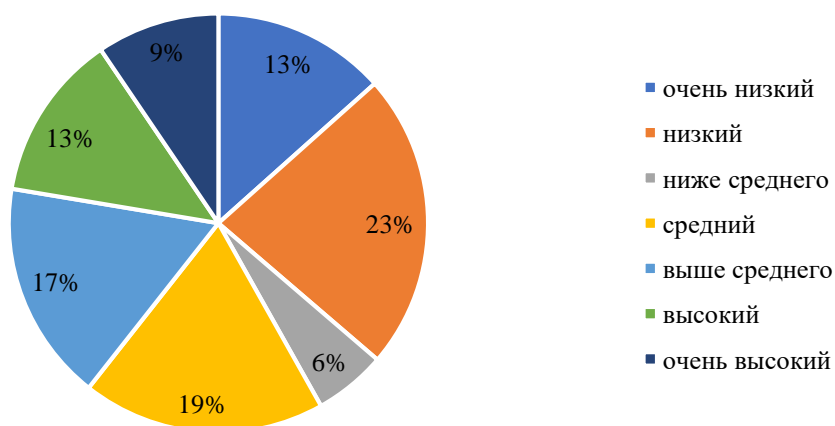


Рис. 2. Процентное распределение сотрудников по уровню стрессоустойчивости

Полученные результаты свидетельствуют о том, что высоким уровнем стрессоустойчивости обладают 9 % сотрудников студии. Можно сделать вывод, что данный процент респондентов уверены, что их ценят в коллективе, уверены в качестве выполняемой работы. Уровень выше среднего характерен для 17 % сотрудников. Для этих сотрудников характерно терпение по отношению к коллегам и клиентам, достаточно адекватная оценка выполняемой работы в профессиональной сфере. Средний уровень стрессоустойчивости выявлен у 19 % сотрудников. Следовательно, сотрудники предпочитают действовать от сложившейся ситуации, не всегда проявляют терпеливость в отношениях с коллегами и клиентами, самооценка их профессиональной деятельности не всегда адекватна. Ниже среднего уровня стрессоустойчивость развита у 6 % сотрудников. Такой тип мастеров зачастую не терпят критику в свой адрес. Не могут подавлять эмоции и могут проявить агрессию по отношению к коллегам и клиентам. Конфликтные ситуации они воспринимают остро и болезненно их переживают. У 23 % сотрудников уровень стрессоустойчивости низкий. А для 13 % сотрудников характерен очень низкий уровень стрессоустойчивости. Эти сотрудники зачастую самокритичны по отношению к своим профессиональным достижениям, что отражается на коллегах и клиентах. Часто случается, что их действия импульсивны и необдуманные.

Успешность мастера во многом характеризуется его опытом, стажем и качеством выполняемой работы. Большое влияние на развитие и успешность сотрудника в бьюти-индустрии оказывает место получения профессиональных навыков. Так как в данной нише нет обязательного критерия получения навыков в высших учебных заведениях (за исключением некоторых направлений: массажист, косметолог и т. п.), мастеру необходимо грамотно отбирать курсы по подготовке профессиональных навыков. Повышение квалификации, уча-

стие в мероприятиях продвигает мастера на новый уровень и улучшает его мастерство и профессиональные навыки [5].

Изучая особенности профессий специализирующихся в индустрии красоты, можно отметить, что сам мастер (субъект) деятельности является первичным инструментом своей работы, а для положительного контакта с клиентом оказывается недостаточным лишь использование профессиональных приемов; деятельность успешного мастера, в профессиях взаимодействующих с людьми, предполагает личную вовлеченность, открытость к диалогу, умение сопереживать и сочувствовать, а также способность понимать интересы другого человека, выстраивать диалог по интересам клиента.

Еще одной группой требований к специалистам, работающим с людьми, являются анализ проделанной работы: осознание и четкое формулирование цели; четкое представление о содержании собственной деятельности; анализ своей работы по основным критериям деятельности; оптимальное использование своего рабочего времени (для этого необходимо владеть навыками тайм менеджмента). Ценностно-ориентационная сфера включает систему ценностей работника и должна быть основана на признании значимости и уважении своеобразия личности каждого человека. Конкретизируя требования к профессиям сферы услуг первостепенно важным требованием к сотрудникам данной области должна быть «клиентоориентированность» [9].

Клиентоориентированный мастер – это человек, который сам получает удовольствие от помощи клиентам. Он должен быть позитивным, равнодушным, энергичным, общительным, честным, должен уметь брать на себя ответственность и уметь признать ошибку. Основной стратегией клиентоориентированного сотрудника является готовность устранить потребность клиента. Такой сотрудник должен проявлять активность в выяснении запроса клиента и доброжелательность. Для успешного осуществления деятельности, кроме клиентоориентированности, мастеру в условиях высокой конкуренции необходимо иметь следующие навыки и умения: понимание поведения потребителей услуг для выбора наилучшего метода их обслуживания; адекватное отношение к поведению своих коллег для оказания им (в случае возникновения такой необходимости) помощи и поддержки; быть стрессоустойчивым; индивидуальный подход к каждому клиенту [7].

По данным исследовательского холдинга Ромир, мы можем определить какими параметрами руководствуются клиенты при выборе салона красоты. По диаграмме мы видим, что определяющим фактором при выборе салона красоты респонденты считают наличие своего постоянного мастера (53 %). Таким образом, организациям, осуществляющие деятельность в сфере услуг стоит акцентировать внимание на подбор персонала [11].



Рис. 3. Параметры при выборе салона красоты

В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что несмотря на минимальный барьер вхождения в индустрию красоты и минимизация законодательных мер осу-

ществления деятельности, присутствие ответственности и личных качеств мастера играет важную роль в эффективности работы (52 %). Сотрудник должен быть не только профессионалом в своей области, а также владеть навыком коммуникации. Быть вежливым, иметь способность понимать интересы другого человека, выстраивать диалог по интересам клиента, а также закрывать потребность клиента.

Также мы выяснили, что немаловажную роль специалиста, работающим с людьми, являются анализ проделанной работы: осознание и четкое формулирование цели, четкое представление о содержании своей деятельности. Для эффективной деятельности необходимо быть стрессоустойчивым. Необходимо быть терпеливым по отношению к коллегам и к клиентам, находить компромисс и индивидуальный подход к каждому.

Таким образом мы раскрыли проблему профессиональных качеств сотрудника индустрии красоты и выявили факторы стрессогенности на примере студии «by Di»

Литература

1. *Бабанов С.А.* Профессиональные факторы и стресс: синдром эмоционального выгорания // Трудный пациент. – 2019. – № 12. – С. 42–46.
2. Интернет-ресурс «Worldometers». – URL: www.worldometers.info/ru (дата обращения: 30.04.2023).
3. *Гребенищikov В.Н.* Особенности управления человеческими ресурсами в салоне красоты // Вопросы экономики и управления. – 2017. – № 1. – С. 90–93.
4. *Клепцова Е.Ю., Пономарева Е.В., Клепцов Н.Н.* Моббинг в межличностных отношениях // Научнометодический электронный журнал «Концепт». – 2018. – № 1. – С. 32–42.
5. *Климов Е.А.* Пути в профессионализм (психологический взгляд). – М.: Моск. психолого-соц. ин-т; Флинта, 2018. – 105 с.
6. *Кузнецов М.И., Иванова Е.С.* Суперприбыльный салон красоты. Как преуспеть в этом бизнесе. – М.: Вершина, 2017. – 203 с.
7. *Маркова А.К.* Психология профессионализма. – М.: Международный гуманитарный фонд «Знание», 2019. – С 59–62.
8. *Раева С.В.* Причины конфликтов в салоне между сотрудниками и с клиентами // Директор салона красоты. – URL: <https://www.dirsalona.ru/article/811-qqq-16-m8-17-08-2016-prichiny-konflikto> (дата обращения: 30.04.2023).
9. *Рукосуева Т.* Курс на клиента. Как подбирать работников сферы обслуживания. – URL: <http://www.kaus-market.ru/consulting/material/124> (дата обращения: 30.04.2023).
10. *Сарджвеладзе Н.И.* Личность и ее взаимодействие с социальной средой. – Тбилиси: Мецниереба, 2017. – С. 108–110.
11. Исследовательский холдинг «Ромир». – URL: <http://romir.ru> (дата обращения: 30.04.2023).
12. *Сухоруков М.М., Исаков В.В.* Психологические особенности работы предприятий сервиса. – СПб.: Бизнес и право, 2020. – 365 с.
13. *Ефлова М.Ю., Максимова О.А., Глебова И.С., Дудочников А.И.* Функционирование малого предпринимательства в регионах России в контексте цифровизации общества // Экономика и предпринимательство. – 2021. – № 1 (126). – С. 536–540.

ИНСТИТУТ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РФ: ИЗМЕНЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

Шамсутдинова Ильсия Ильдусовна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Статья посвящена анализу процессов в обществе (глобализация, массовизация, маркетингизация, бюрократизация, гуманизация и цифровизация), повлиявших на транс-

формацию института высшего образования, а также последствиям, повлекшим за собой трансформацию функций ее элементов.

Ключевые слова: институт высшего образования, глобализация, цифровизация, социальные трансформации.

Масштабные структурные преобразования, происходящие в российском обществе, затрагивают все сферы социальной жизни и все институты общества. Процесс социальной трансформации, отличающийся масштабностью и всеохватностью, привносит в общественную жизнь новые реалии, которые создают изменения социальных потребностей в разных сферах жизни человека. Социальные институты, существование которых характеризуется удовлетворением социальных потребностей, вынуждены адаптироваться к изменяющимся обстоятельствам. Это проявляется в виде структурных изменений, нового выполнения функций, перераспределения функций между институтами.

Как и в других социальных институтах, процесс развития затрагивает и институт высшего образования. В своей деятельности образовательные учреждения ориентированы на реализацию общественных потребностей: экономических, кадровых, социальных и образовательных. Все изменения, происходящие в российском обществе, отражаются на деятельности образовательных учреждений.

Особенность российского института высшего образования заключается в том, что социально-экономический кризис, который переживает страна, совпал с мировым образовательным кризисом. Поэтому на трансформации в институте высшего образования влияют не только реальные явления в России, но и глобальный процесс преодоления образовательного кризиса. Для того, чтобы институт высшего образования функционировал, он должен находить баланс между необходимостью поддерживать стабильную структуру и необходимостью изменяться в ответ на меняющиеся требования общества. Таким образом, стабильность института высшего образования заключается в его способности постепенно изменять характер своих функций в ответ на меняющиеся требования общества. Эти требования могут служить стимулом для его развития. Однако существуют также требования со стороны самого института высшего образования, и в силу сложившихся взаимосвязей сторона структурной подсистемы может выступать в качестве его сдерживающего фактора.

В России за последние три десятка лет институциональная система высшего образования претерпела значительную трансформацию. Произошли глобальные изменения, которые существенно повлияли на функционирование института высшего образования. Одни изменения открывают новые возможности, в то время как другие – несут потенциальную опасность. На трансформацию института высшего образования в контексте современных социальных изменений повлияли такие процессы, как глобализация, массовизация, маркетингизация, бюрократизация, гуманизация и цифровизация.

Процесс глобализации является одной из основных сил, оказывающих влияние на формирование политики государства в области высшего образования. Под глобализацией понимается всемирный процесс интеграции между государствами. Процесс глобализации образования предполагает развитие единого образовательного пространства и расширение возможностей для получения образования в различных странах. Институциональные изменения, обусловленные вызовами времени, послужили импульсом для увеличения количества университетов и студентов во всем мире. Однако каждая страна имеет свои исторические, институциональные и организационные особенности функционирования университетов. Институт высшего образования должен максимально соответствовать требованиям, которые порождает процесс глобализации.

Теоретический подход для анализа трансформации института высшего образования в условиях глобализации сформировался под влиянием представителей информационного общества и социологов глобальной культуры. В работах американского антрополога и исследователя глобальных культурных явлений А. Аппарудаи [1] и его соотечественника, известного социолога и теоретика сетевого общества М. Кастельса [2]. В своей аналитической

матрице авторы выделяют три структурные характеристики культурно-образовательного процесса в условиях глобализации: транснационализацию, самоорганизацию сетей и маркетинговую. Институт высшего образования в условиях глобализации стремится к самоорганизации и выступает как система оказания образовательных услуг. Такое видение развития института высшего образования в контексте глобализации определяет содержание академического дискурса.

Изучая влияние процесса глобализации на развитие института высшего образования, некоторые эксперты фокусируются на том, как глобализация изменила условия получения высшего образования (в основном за счет сокращения государственного финансирования) и повлияла на функционирование и организацию систем и учреждений института высшего образования (коммерциализация высшего образования, изменения в институциональном управлении, усиление конкуренции на рынке труда образования и т. д.). Другие эксперты, в первую очередь, обращают внимание на взаимосвязь между глобализацией (особенно глобальными информационными технологиями) и интернационализацией образования, а также на то, как процесс глобализации способствует появлению международного сотрудничества в деятельности университетов (привлечение иностранных студентов, увеличение «глобального компонента» в содержании учебных программ и расширение международного сотрудничества).

Глобализация – сложный процесс, поэтому современные исследователи дают неоднозначные оценки, выделяют оптимистический, пессимистический и нейтральный подходы к оценке данного процесса. Оптимисты исходят из того, что глобализация – это неизбежное явление, объективно обусловленное и имеющее в основном позитивное направление, и перспективы. Сторонники этой позиции полностью и некритично принимают глобализацию и ее последствия. Несмотря на сложность и неоднозначную оценку последствий, процесс глобализации в институте высшего образования признает свои преимущества. К ним относятся расширение взаимовыгодной торговли образовательными услугами, распространение передовых технологий, повышение конкуренции и стандартов качества, устранение недостатков былой изоляции [3]. Д.В. Русанов рассматривает глобализацию как триггер (пусковой механизм) развития института высшего образования [4].

Основными причинами глобализации института высшего образования на данном этапе являются: формирование международного рынка труда, растущее значение информационных технологий, новые вызовы, которые ставит перед институтом высшего образования развитие экономики знаний, стремление отдельных государств и их объединенных субъектов извлечь выгоду из глобализации, стремление учебных заведений ставить и достигать собственные цели, особенно снабжение диверсификации, а также увеличение финансовых поступлений, повышение качества обучения и др. [5].

Пессимисты обращают внимание на негативные последствия процесса глобализации на институт высшего образования, неготовность многих государств участвовать в этом процессе. По мнению М.М. Акулича, национальные особенности «заглушаются» непреодолимыми силами рынка, а глобализация не связана с прошлым и традициями страны [6].

Тем не менее нельзя игнорировать тот факт, что мы достигли такого этапа в историческом развитии мирового сектора развития института высшего образования, когда национальная разобщенность высших учебных заведений все больше противоречит последствиям и перспективам экономической глобализации. Данный конфликт проявляется в различных вопросах, таких как аккредитация университетских степеней и специальностей, развитие международной оценки качества и процедур международной аккредитации. Решение этих проблем следует искать в таких проявлениях института высшего образования, как мобильность преподавателей и студентов, интернационализация учебных программ, совместные программы и т. д. Глобализация института высшего образования может рассматриваться как определенный этап для решения более сложных проблем гармонизации и международной интеграции национальных систем.

Современная глобализация образования предусматривает внедрение в процесс обучения бально-рейтинговой системы, на основании которой будут доступны международные стажировки и обмен опытом между профессорско-преподавательским составом. Глобализация образования способствует отбору дисциплин на основе конкуренции и выбора учебных заведений. Процесс глобализации высшего образования нашел свое отражение в Болонской декларации, которая была принята европейскими государствами в 1999 году и закрепила в 2003 году участие России в данном процессе. Болонская система означала переход на двухуровневую систему обучения (бакалавриат и магистратура), унификацию структуры и организацию докторских программ, информатизацию образования, развитие дистанционных технологий и т.д.

Массовизация высшего образования за последние несколько десятков лет стала глобальным трендом образования. Появилась возможность получить доступ к образованию у всех слоев населения, что превратило образование из элитного в массовое. И как следствие, привело к резкому падению качества подготовки специалистов. В условиях перехода Российского института высшего образования к массовому, перестают действовать механизмы обеспечения его качества. В первую очередь, перестают работать механизмы селекции, основанные на высокопрофессиональных стандартах, выработанных самими вузами.

Новым инструментам массового и коммерциализированного образования становится новый государственный менеджмент. Этот инструмент предполагает внедрение механизмов прозрачного финансирования и мотивации к конкуренции между образовательными учреждениями, оказывающими образовательные услуги. Внедрение данных инструментов сопровождается трансформацией институциональных особенностей института высшего образования. Вуз начинает функционировать по корпоративной модели, производящей товары и оказывающей услуги и как следствие, рассматривает процесс обучения как взаимодействие продавца и покупателя. Студент-потребитель покупает товар-диплом у университета-производителя за определенную цену, а стоимость диплома определяется рейтингом вуза. Так, абитуриенты чаще всего выбирают университет, ориентируясь на его социальный статус.

В процессе маркетинга института высшего образования и связанной с ней адаптацией к стандартам бизнеса выискиваются способы более эффективного использования ресурсов, снижения затрат и повышения производительности, что приводит к значимости деятельности, приносящей доход. В новых условиях естественным является стремление университетов обучать большее количество студентов при меньшем количестве преподавателей и заменить учебные аудиторные нагрузки дистанционными.

В результате изменился и подход к оценке эффективности университетского преподавания и исследовательской деятельности. Программы и исследования, которые не приносят прямых рыночных результатов, больше не считаются целесообразными. В результате меняются требования к научной и учебной работе преподавателей, их назначение, происходит реструктуризация управления института высшего образования.

Сам постиндустриальный дискурс устанавливает определенные границы для института высшего образования: он занимает центральное место в социально-экономических отношениях. В результате «индустриализация науки» привела образовательную деятельность университетов, основанную на элитарности, к либерализму и популяризации. В связи с этим, происходит столкновение профессиональных интересов, наблюдается резкое противостояние между профессиональными и управленческими нормами и ценностями. Внедрение рыночных отношений в образовательный процесс современного института высшего образования привело к изменению традиционной системы ценностей: смене культурной парадигмы, утрате духовных основ и сложившихся основ воспитания.

С другой стороны, маркетинг института высшего образования является положительным фактором: она становится как инструментом для создания интеллектуального потенциала высших учебных заведений, стимулом конкурентоспособности и механизмом, направленным на реализацию мотивации.

Еще одной проблемой российского института высшего образования является его забюрократизированность. Под бюрократизацией образования понимается определенная потребность в регламентации и регулировании процесса образования, в том числе и в сфере коммуникации. С одной стороны, бюрократизация помогает образовательному процессу, а с другой стороны – тормозит его развитие.

Впервые проблему бюрократии представил М. Вебер, под которой он понимал возможность воплощения в жизнь принципа специализации административных функций в соответствии с объективными критериями. Управление в данном случае осуществлялось специально подготовленными специалистами, которые в ходе непрерывной практики развивали свои навыки [7]. Однако описанный М. Вебером идеальный тип бюрократии не учитывал неизбежно возникающие в процессе образования неофункциональные проявления, готовые превращать свои идеи в противоположность и порождать дезинтеграционную нацеленность.

Образование и наука приобрели форму бюрократической организации. В связи с этим преподаватель превратился в служащего, функционера, который интегрировался в жесткую систему иерархизированных отношений. Его компетентность стала определяться положением в системе научно-педагогической иерархии, а не реальными научными достижениями. Перегрузка административными обязанностями, чрезмерная отчетность и многие другие проявления забюрократизированности института высшего образования фактически отрывают преподавателя от основных его задач. Вместо того, чтобы качественно проводить занятия, преподаватель вынужден заполнять формы по каждой дисциплине, расписывая подробно график своей работы.

По словам А.Б. Довейко, в современном институте высшего образования чем больше людей занято организацией учебного процесса, тем меньше места отводится преподавателю. Он не принимает участия в решении важных вопросов, связанных с организацией учебного процесса и его содержанием. Основным делом преподавателя становится выполнение предписаний чиновников и отчет по всем указаниям [8].

Одним из трендов оказавшим влияния на трансформацию института высшего образования стал процесс гуманизации образования. Гуманизация означает, что человек с его индивидуальным потенциалом и способностями занимает центральное место в институте образования, а это требует создания условий, позволяющих учитывать в образовании индивидуальные интересы и особенности. Индивидуальные образовательные маршруты становятся важными, саморазвитие начинает превалировать над обучением. Самоанализ, самооценка и рефлексия становятся важнейшими результатами образования. Гуманизация образования стала актуальной в начале 1990-х годов. Причинами, по результатам исследования А.В. Шульженко [9], послужили недостатки существующей системы образования: недостаточное развитие науки и техники для поддержания здоровья во время учебного процесса, преобладание аудиторного обучения над самостоятельной работой учащихся, отсутствие или недостаточное внимание к развитию творческого потенциала учащихся, слабое информационное обеспечение учебного процесса, ориентация на «закрытые» предметы, результатом чего стала жестко стандартизированная информатизация образования, ухудшение нравственной атмосферы в университете, падение интереса к учебе и т.д. Тем самым, изменилась сама парадигма образования, два процесса – преподавание и обучение – поставили личность в центр образовательного процесса, сделав ее главной целью.

Во-первых, гуманизация института высшего образования создала необходимые условия для развития общества и его участия в едином мировом образовательном пространстве, «открыла» человека для мировой культуры, основанной на российских традициях и ценностях.

Во-вторых, технократический подход, абсолютирующий роль техники и материального производства в прогрессе общества, в некоторой степени игнорирует духовные ценности.

В-третьих, изменения в экономической структуре общества, развитие рыночных отношений предъявляют разные требования к личности, которые не всегда положительно влияют на ее формирование. Институт высшего образования неизбежно подчиняется рыночным от-

ношениям и рискует привести к коммодификации знаний, сведя ценности всех образовательных и научных достижений к рыночным ценам.

Модернизация института высшего образования не разрешает противоречия между образовательным фундаментализмом и растущей потребностью в узкопрофильных специалистах и индивидуальных сценариях потребления образовательных услуг. Переход на европейскую двухуровневую модель бакалавр-магистр, безусловно, перспективен с точки зрения повышения специализации, но в то же время таит в себе большую опасность «сужения» образовательной составляющей и сведения ее преимущественно к профессиональной подготовке. Происходит гуманизация самой образовательной политики, демократизация форм общения со студентами, поощрение учебной, научной и внеучебной деятельности студентов, поддержание качества образования.

Еще одним, наиболее важным фактором, повлиявшим на трансформацию института высшего образования, является цифровизация. Информационная сторона глобализации отражается в быстром и турбулентном росте цифровых (сетевых) технологий, которые вытесняют традиционные методы и способы взаимодействия обучающихся и преподавателей, способствуют созданию виртуального образовательного пространства. Такое положение позволяет утверждать, что сегодня наблюдается натиск цифровой глобализации.

Несмотря на множество определений и подходов к изучению цифровизации института высшего образования, целесообразно рассматривать цифровизацию как инструмент, с помощью которого цифровые технологии внедряются в образовательный процесс. Это и инструмент быстрой и эффективной доставки информации студентам, и инструмент создания учебных материалов, и инструмент эффективного способа преподавания. А также цифровизация – это инструмент, с помощью которого создается новая цифровая образовательная среда. С помощью цифровых ресурсов, которые используются ежедневно в процессе жизнедеятельности человека, можно с легкостью преодолевать препятствия в традиционной форме обучения, такие как формы и методы обучения, темп изучения материала, программы и предпочтения преподавателей.

Цифровизация института высшего образования приводит к трансформации образовательных стандартов в связи с необходимостью развития новых компетенций трудоспособного населения и направлена на реорганизацию образовательного процесса и пересмотр статуса и роли преподавателей вуза. Онлайн-курсы и смешанный формат обучения формируют неограниченные образовательные возможности и обеспечивают каждому доступ к качественному образованию в соответствии с его интересами и потенциалом. Такая трансформация требует от преподавателей владения навыками работы в цифровой образовательной среде.

Можно отметить семь задач, которые необходимо решить для цифровой трансформации института высшего образования:

- развитие материальной инфраструктуры, включающей строительство центров обработки данных, образование новых каналов связи, оборудование для использования цифровых и методических материалов;

- внедрение цифровых образовательных программ. Это означает создание, проверку и применение учебных материалов с использованием методов машинного обучения и искусственного интеллекта;

- развитие онлайн-образования;

- создание цифровой образовательной среды;

- разработка новых механизмов управления процессом образования;

- создание универсальной системы идентификации студентов;

- совершенствование цифровой грамотности преподавателей.

Доступ к интернету является частью повседневной жизни современных активных людей уже более двух десятков лет. Интернет рассматривается как инструмент доступа к информации, содействия развитию знаний, сохранения и распространения их результатов, а также как единый аккумулятор коллективных знаний, которыми следует делиться и откры-

то использовать для творческого, социального, научного и технологического развития как отдельных людей, групп, так и общества в целом. Хотя тенденция погружения студентов в виртуальное информационное пространство усиливается, наблюдаются изменения в структуре присутствия, веб-поведении и потребительских предпочтениях.

Действительно, интернет прочно вошел в повседневную жизнь студентов, занимая первостепенное место во многих способах решения учебных, социальных и коммуникативных проблем и, соответственно, участвуя все больше времени как в активном обучении, так и на досуге. Тем не менее, интернет ценен прежде всего как средство передачи и распространения знаний, о чем свидетельствует постоянный рост количества и объема контента онлайн-энциклопедий и рост рынка образовательных услуг. Однако само по себе увеличение количества информационных и образовательных ресурсов свидетельствуют лишь о тенденциях роста спроса.

Очевидно, что благодаря новым технологиям больше информации теперь доступно через самостоятельно найденные свежие источники знаний. То, насколько интернет-ресурсы могут адаптироваться к потребностям пользователей, включая когнитивные, психологические и эстетические аспекты стиля предпочтений, имеет решающее значение для их успешного использования.

Использование студентами интернет-ресурсов меняет роль преподавателя (он становится консультантом или координатором) и тип общения со студентами (появляются новые каналы связи). Меняются условия обучения, контроль обучающегося над выполнением задания и характер самого задания. Также происходят изменения в стилевых характеристиках процесса обучения, таких как стили обучения и преподавания [10].

Соответственно, цифровизация института высшего образования означает трансформацию процесса преподавания, обучения и администрирования, а также повседневной социальной практики посредством внедрения технологий, позволяющих создавать, обрабатывать и передавать большие объемы информации. Цифровизация подразумевает интеграцию образовательных и информационных ресурсов.

Подводя итог вышеизложенному, можно выделить основные изменения, произошедшие в институте высшего образования за последние три десятка лет:

- во-первых, переход на Болонскую систему обучения привел к созданию единого образовательного пространства, повысил мобильность студентов (привлечение иностранных студентов, возможность выбора университета) и предоставил возможность международных стажировок для преподавателей университетов;

- во-вторых, повысилась значимость получения высшего образования, что привело к увеличению количества студентов и университетов, массовости образования и непрерывности на протяжении всей жизни;

- в-третьих, был сделан акцент на обозначении образования как сферы оказания услуг, в результате чего усилилась коммерциализация образования, конкуренция между университетами и т.д.;

- в-четвертых, в процессе бюрократизации института высшего образования происходит отвлечение преподавателей от основных преподавательских задач в учебной и научной деятельности, а также возникает педагогическая иерархия в зависимости от показателей эффективности и отчетности;

- в-пятых, происходит внедрение информационно-коммуникационных технологий в образовательный процесс, включающих создание учебных материалов (цифровые образовательные ресурсы, онлайн-курсы), и образование новых каналов связи (Microsoft Teams, Mail, WhatsApp и т. д.) с использованием высокотехнологических цифровых средств.

Литература

1. *Appadurai A. Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization.* – Minneapolis, University of Minnesota, 1996. – 220 p.

2. *Кастельс М.* Могущество самобытности. В кн.: Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – 300 с.
3. *Sartania V.* The urgent need to integrate in the sector of higher education // Higher Education in Europe. – 2001. – Volume 26. – № 1. – P. 123–125.
4. *Русанов Д.В.* Глобализация как триггер развития современного высшего образования: социологический аспект: дис. ... канд. социол. наук / Д.В. Русанов. – Тамбов, 2009. – 164 с.
5. *Сагинова О.В.* Управление процессами глобализации образования в высшей школе России: автореф. дис. ... д-р экон. наук. – М., 2006. – 49 с.
6. *Акулич М.М.* Образование в условиях глобализации // Университетское управление: практика и анализ. – 2005. – № 5 (38). – С. 50–58.
7. *Weber M.* Wirtschaft und gesellschaft: grundriss der verstehenden soziologie. – Tübingen: Mohr, 1976. – 562 p.
8. *Ефлова М.Ю., Максимова О.А., Озерова К.А.* Гражданский цифровой активизм и социальная эксклюзия в условиях вынужденного погружения в цифровую среду // Вестник экономики, права и социологии. – 2021. – № 1. – С. 124–128.
9. *Белоногов В.А., Байбаков Э.И., Гузельбаева Г.Я., Егорова Л.Г., Ефлова М.Ю.* Экологические проблемы города Казани в сознании населения города // Экологический консалтинг. – 2005. – № 1 (17). – С. 10–16.
10. *Щелкунов М.Д., Николаева Е.М., Ефлова М.Ю., Котляр П.С.* Медиаобразование в высшей школе: особенности, перспективы, риски // Вестник экономики, права и социологии. – 2018. – № 2. – С. 208–213.
11. *Довейко А.Б.* Преподаватели российских вузов о процессе модернизации системы высшего образования // Вестник Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина. – 2013. – № 1045. – С. 195–201.
12. *Шульженко А.В.* Гуманизация современного российского образования: сущность и особенности. – URL: https://superinf.ru/view_helpstud.php?id=2275 (дата обращения: 12.10.2022).
13. *Горошко Е.И., Самойленко С.А.* Твиттер как разговор через контекст: от Образования 2.0 к Образованию 3.0 // Образовательные технологии и общество (Educational Technology & Society). – 2011. – Т. 14. – № 2. – С. 502–530.

**ТРАЕКТОРИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ
СТУДЕНТОВ ФАКУЛЬТЕТА СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИХ НАУК
ЯРГУ ИМЕНИ П.Г. ДЕМИДОВА**

Шибяева Арина Игоревна

Ярославский государственный университет имени П.Г. Демидова, Ярославль, Россия

Аннотация. В современном мире изменяется процесс выбора профессии. Возрастает степень индивидуальной ответственности в осуществлении такого выбора. Задача выбора собственного профессионального пути усложняется, здесь важна не только адекватная оценка обучающимся перспектив получаемой профессии на рынке труда, но и понимание собственных интересов, способностей. В данной работе внимание уделено изучению восприятия своей будущей специальности студентами факультета социально-политических наук ЯрГУ через траектории профессионального самоопределения.

Ключевые слова: траектории профессионального самоопределения, профессиональное самоопределение.

Проблема профессионального самоопределения [1, с. 29] рассматривается в отечественной социологии с начала XX века, что связано с усложнением профессиональной структуры общества. Актуальность темы обусловлена высокой динамикой развития современных технологий, что приводит к появлению новых и исчезновению ранее существовав-

ших профессий. Нормой становится профессиональная мобильность, обусловленная необходимостью непрерывно обновлять работнику свои профессиональные компетенции. Обучающийся должен быть готов к повторяющемуся профессионально-образовательному выбору в мире множественных динамично меняющихся компетенций, которые необходимо осваивать. Изменения связаны с формированием нового мировоззрения относительно профессионального и образовательного самоопределения, что дает человеку возможность осуществлять профессиональный выбор несколько раз в течение всей жизни.

Избирательное отношение к будущей профессии связано с возникновением индивидуальных мотивов, с процессом деятельности, или с какими-либо внешними атрибутами профессии. При определенных условиях значимыми для личности могут стать многие другие, связанные с профессией факторы: ее творческие возможности, перспективы профессионального роста, престиж профессии, ее общественная значимость, материальные условия труда, ее соответствие привычкам, особенностям характера и т.п., поэтому важно изучать то, как студенты воспринимают свою будущую профессию, какие факторы и мотивы повлияли на этот выбор.

Было прооперационализировано понятие профессиональное самоопределение. Так как понятие очень емкое и включает в себя много составляющих, я предлагаю рассматривать его со стороны траекторий профессионального самоопределения, как конкретные варианты выбора направления профессионального самоопределения.

Таблица 1

Профессиональное самоопределение и его траектория

Профессиональное самоопределение	Выбор студентами будущей профессиональной траектории: планы на трудоустройство по специальности. Восприятие студентами получаемой профессии по критериям престижа, оценки предполагаемого уровня заработной платы, условий труда, возможных проблем при трудоустройстве, представлений о будущей профессии и мотивации к ее выбору
Траектория профессионального самоопределения	Конкретные варианты выбора направления профессионального самоопределения. Применительно к студентам предполагается типологизировать траектории по такому критерию как ориентированность на работу по профессии. Варианты профессионального самоопределения: – по своей или смежной специальности; – в любой профессиональной области, где можно больше заработать; – неопределенная траектория, нет представлений о будущем трудоустройстве.

С целью выделения траекторий профессионального самоопределения студентов факультета социально-политических наук ЯрГУ на основе специфики их профессиональных планов и отношения к будущей специальности, проведено авторское социологическое исследование «Восприятие своей будущей специальности студентами ФСПН ЯрГУ», которое осуществлялось методом анкетирования. В анкетировании приняли участие 108 человек: студенты всех направлений обучения бакалавриата 3–4 курсов: социологи, политологии, публичной политики, социальной работы и организации работы с молодежью. Выбор для исследования студентов старших курсов бакалавриата обусловлен предположением о том, что к 3–4 курсам у них складывается определенное представление о будущей специальности. Выборка сформирована методом основного массива.

Выделено три траектории профессионального самоопределения студентов по такому критерию, как ориентированность на работу по профессии. Представители трех выделенных траекторий сравнивались по следующим характеристикам: мотивация выбора направления, отношение к учебе (посещаемость, успеваемость, участие в конференциях), представления о будущей профессии (интересная/не интересная профессия, денежная/малооплачиваемая, перспективная/неперспективная, простая/трудоемкая, с карьерным/ростом без него, востре-

бована на рынке/не востребована, прохождение практики, опыт работы по специальности или в смежной профессии), оценка перспектив трудоустройства, планы на трудоустройство по окончании ВУЗа.

Анализ полученных данных позволил выделить три траектории профессионального самоопределения студентов: представители первой были названы «ориентированные на профессиональную самореализацию» (40 %), второй – «ориентированные на высокий заработок» (32 %), представители третьей траектории – «неопределившиеся» (28 %).

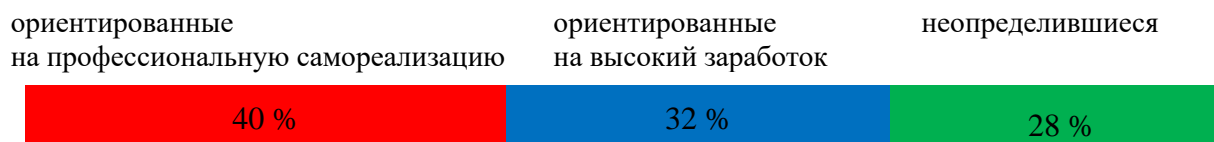


Рис. 1. Распределение студентов ФСПН по траекториям профессионального самоопределения

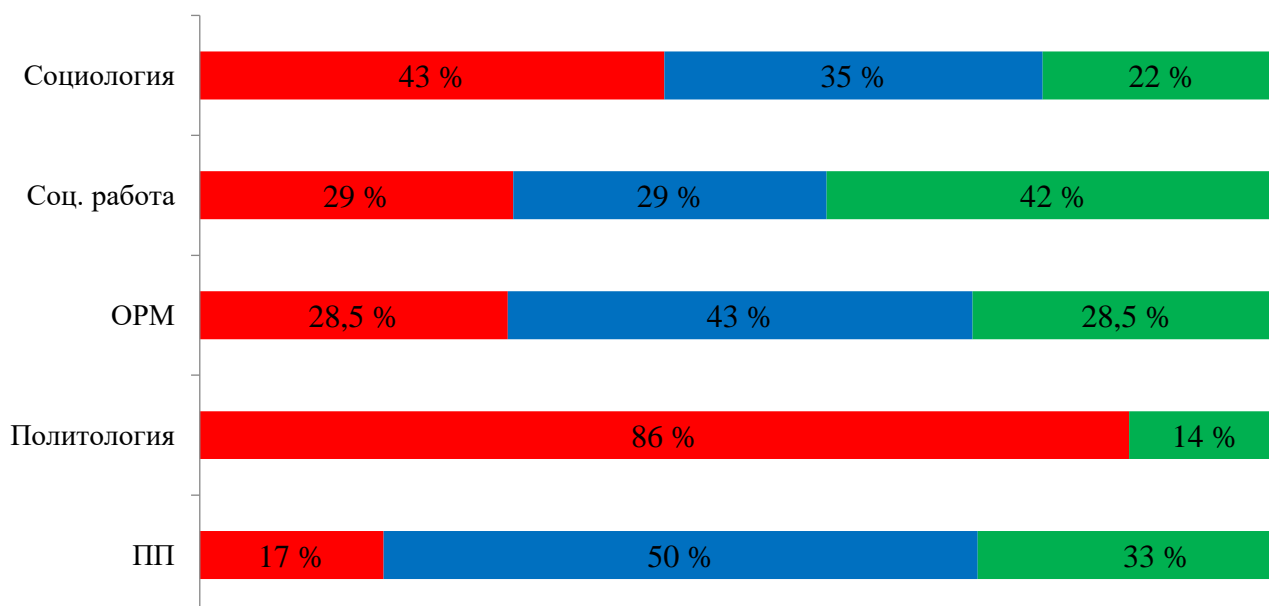


Рис. 2. Распределение студентов ФСПН по выделенным траекториям

Таблица 2

Траектория самоопределения

Траектория работы по своей или смежной специальности	Траектория работы в любой профессиональной области, где можно заработать	Нет представлений о будущем трудоустройстве
Преобладающий мотив выбора профессии – самостоятельное решение (54 %).	Преобладающий мотив выбора профессии – сложившиеся обстоятельства (84 %).	Преобладающий мотив выбора профессии – сложившиеся обстоятельства (65 %).
Преобладающий фактор выбора профессии – соответствие специальности предметам, которые сдавались на ЕГЭ (62,5 %).	Преобладающий фактор выбора профессии – соответствие специальности предметам, которые сдавались на ЕГЭ (74 %).	Преобладающий фактор выбора профессии – соответствие специальности предметам, которые сдавались на ЕГЭ (65 %).

Траектория работы по своей или смежной специальности	Траектория работы в любой профессиональной области, где можно заработать	Нет представлений о будущем трудоустройстве
<p>Участие в конференциях: 75 % респондентов из данной группы не участвуют в конференциях.</p> <p>После прохождения учебной и производственной практики 66 % респондентов отметили, что профессия показалась более интересной.</p> <p>71 % респондентов полностью или скорее согласны с тем, что посещают занятия, так как хотят стать компетентными специалистами, уверенными в своих знаниях.</p> <p>46 % опрошенных представляют свою профессию как денежную, 75 % считают, что в профессии есть карьерный рост.</p>	<p>Участие в конференциях: 63 % респондентов из данной группы не участвуют в конференциях.</p> <p>После прохождения учебной и производственной практики 42 % респондентов отметили, что профессия показалась более интересной, такое же количество человек ответили, что представления никак не изменились.</p> <p>80 % респондентов скорее согласны с тем, что посещают занятия, так как хотят стать компетентными специалистами, уверенными в своих знаниях.</p> <p>36 % опрошенных представляют свою профессию как денежную, 47 % считают, что в профессии есть карьерный рост.</p>	<p>Участие в конференциях 94 % респондентов из данной группы не участвуют в конференциях.</p> <p>У 53 % респондентов после прохождения учебной или производственной практики представления о будущей профессии никак не изменились.</p> <p>53 % респондентов полностью или скорее согласны с тем, что посещают занятия, так как хотят стать компетентными специалистами, уверенными в своих знаниях.</p> <p>71 % опрошенных представляют свою профессию, как малооплачиваемую, 76 % считают, что в ней нет карьерного роста.</p>

Сравнивая траектории профессионального самоопределения респондентов по полу, среди женщин (73 %) было выявлено преобладание траектории ориентации на работу по специальности или смежной с ней (40 %). Среди мужчин (27 %) было выявлено преобладание двух траекторий профессионального самоопределения: ориентация на работу по специальности или смежную с ней (40 %) и ориентация на работу в любой профессиональной области, где можно больше заработать (40 %).

Было выявлено, что большинство респондентов (56,5 %) выбрали будущую профессию из-за сложившихся обстоятельств, 38 % самостоятельно и 5,5 % по совету родителей.

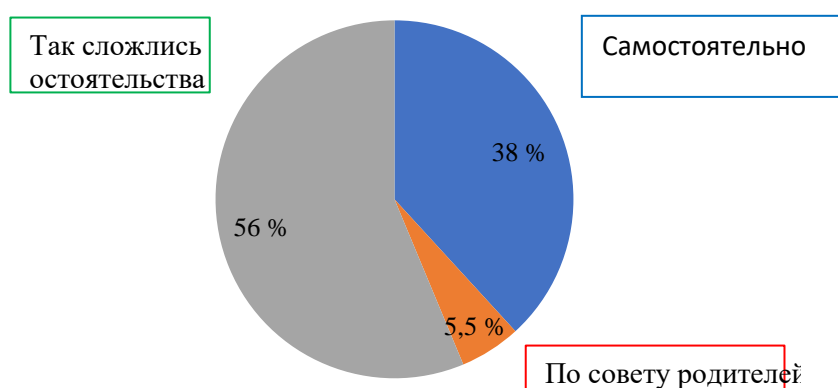


Рис. 3. Распределение студентов ФСПН по условию выбора будущей профессии

Основными факторами выбора получаемой специальности являются: соответствие специальности предметам, которые сдавались на ЕГЭ (66,7 %) и количество баллов, по которым удалось пройти только на эту специальность (50 %).



Рис. 4. Распределение студентов ФСПН по факторам выбора получаемой специальности

На вопрос «Как изменились Ваши представления о будущей профессии после прохождения учебной и производственной практики?» 46 % респондентов отметили, что профессия показалась более интересной, 35 % отметили, что представления никак не изменились, не узнали ничего нового, 18,5 % разочаровались.

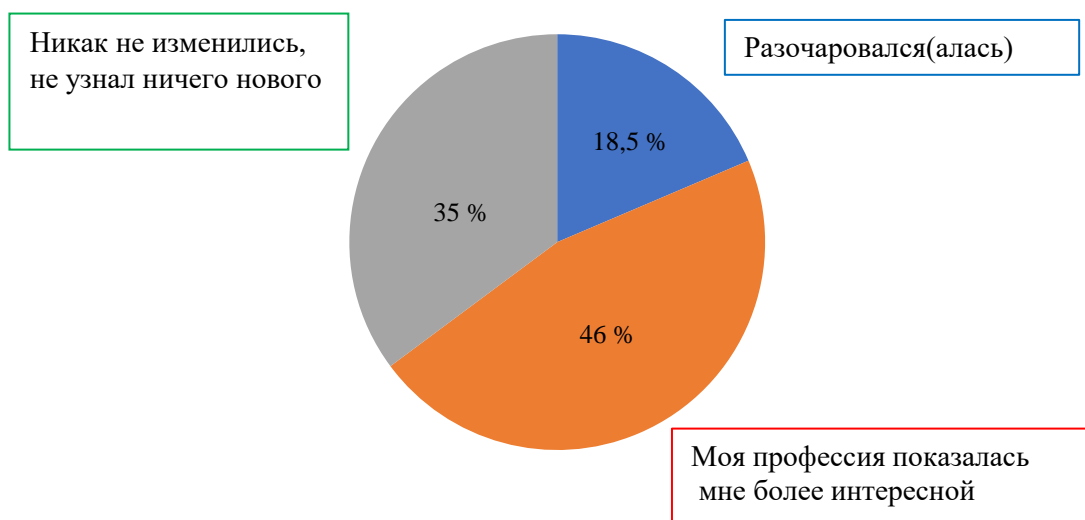


Рис. 5. Распределение студентов ФСПН по представлениям о будущей профессии

Большинство студентов оценивают изучаемую профессию, как: достаточно интересную, перспективную и востребованную. Испытывают неопределенность студенты в оценке оплачиваемости, степени сложности и возможностей карьерного роста будущей профессии.

Сравнивая траектории профессионального самоопределения респондентов по направлениям подготовки, выявлено, что в каждом направлении присутствуют вышеперечисленные траектории профессионального самоопределения, но есть траектории, которые преобладают. Так среди направления Социология преобладает траектория работы по своей или смежной специальности (43 %) у Социальной работы неопределившиеся (42 %), у Организации работы с молодежью траектория ориентации на высокий заработок (43 %), среди Политологов преобладает траектория работы по своей или смежной специальности (86 %), среди студентов Публичной политики траектория ориентации на высокий заработок (50 %).

Анализ результатов опроса показал, что студенческая молодежь 3–4 курса обучения выбирает траекторию профессионального самоопределения, ориентированную на работу по своей или смежной специальности. Это может быть связано с тем, что у студентов старших курсов сформировались представления о получаемой специальности, особенно после прохождения учебной или производственной практики большинству опрошенных профессия показалась более интересной.

Литература

1. Колосова О.А. Проблема формирования профессионального самоопределения и построения профессиональной типологии личности // Управление. – 2016. – № 1. – С. 21–30.

ИЗУЧЕНИЕ ПЛАНОВ СТАРШЕКЛАССНИКОВ ПО ПОВОДУ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО БУДУЩЕГО В ИНДУСТРИАЛЬНОМ СЕКТОРЕ

Шихова Ольга Николаевна,
Прямикова Елена Викторовна

Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург, Россия

Аннотация. Предприятия реального сектора экономики Свердловской области испытывают дефицит в инженерных кадрах, в частности в устойчивой мотивации молодых специалистов к профессиональному труду. Данная проблема находит свои истоки уже на этапе профориентационной деятельности в период школьного обучения, связана с личными и жизненными приоритетами старшеклассников. В материале статьи изложены результаты прикладного социологического исследования проблемы осведомлённости старшеклассников г. Екатеринбурга ($n = 7628$) о профессиях инженерной направленности, сформированности профессиональных планов в целом.

Ключевые слова: жизненные планы, профессиональные планы, индустриальный сектор, профориентация, старшеклассники, профессиональный выбор.

К слову о проблеме. Свердловская область является индустриальным регионом. Одним из очевидных существующих и ожидаемых дефицитов машиностроительного и военно-промышленного комплексов сегодня является кадровый. Помимо вопросов, связанных с профессиональной компетентностью и соответствием профессиональной подготовки подрастающего поколения современным требованиям, крайне остро обозначилась проблема формирования устойчивости ценностей и планов молодежи в отношении профессионального будущего в индустриальном секторе.

Процессы модернизации системы профессионального образования привели к ликвидации начального – профессионального образования как уровня образовательной системы. Программы профессионального обучения и профессионального образования стали определять содержание деятельности многопрофильных техникумов и колледжей, осуществляющих сегодня подготовку по рабочим специальностям совместно с промышленными предприятиями.

Профориентационная работа, профессиональные планы молодежи, а также выбор образовательных направлений, – все это проблематизируется за счет изменения восприятия сфер жизнедеятельности общества подростками и молодежью. Исследователи отмечают усиливающуюся сложность данного процесса, что обусловлено: во-первых, неактуальным для молодежи образовательным и профессиональным опытом родителей; во-вторых, усиливающейся престижностью профессий сферы ИТ; в-третьих, подменой профессионального выбора образовательным (выбор вуза, а не специальности); в-четвертых, слабой профориентационной деятельностью школы в отношении индустриального сектора [5, с. 139]. Невысокая информированность старшеклассников о специфике инженерной деятельности, а представления о требованиях к профессиональным и личным качествам работников инженерной квалифи-

кации расходятся с реальностью [6, с. 81]. Как отмечает Амбравова П.А., в школах не сформированы концептуальные подходы к реализации профориентационной работы в новых условиях [1, с. 198].

Заводы и фабрики с традиционной организацией труда начиная с конца 90х гг. и затем – в так называемых, «нулевых» – постепенно теряли свою привлекательность в качестве места предложения и продажи рабочей силы. В результате, сегодня занятость в индустрии, промышленности не считается модной или престижной. Кризисные явления российской экономики, неоднозначное положение промышленных предприятий сопровождается снижением доли молодых работников. Редкое предприятие может похвастаться молодой и квалифицированной сменой «на подходе». По статистике, самая молодая группа рабочей силы (до 20 лет) в 2003 г. составила всего 2,3 % всех занятых, что в три раза меньше, чем в 1992 г. [3, с. 30]. Ориентация на продолжение образования и служба в армии резко уменьшают шансы вчерашних школьников на долговременные связи с предприятием. Общим местом стала ситуация, когда полученное образование слабо соотносится с будущей трудовой деятельностью, и выпускники инженерных и других технических факультетов находят себя в непроизводственном секторе, сфере услуг и торговле [10, с. 114].

В Свердловской области реализуется региональная государственная программа «Развитие системы образования в Свердловской области до 2024 г.», а в её рамках – проект «Уральская инженерная школа», рассчитанный до 2034 г. [7]. Данная программа призвана популяризовать промышленные профессии для различных возрастных групп. Более того, молодежь готовят к работе с технологиями четвертой индустриальной революции, так как предприятия уже сейчас энергично вводят соответствующие инструменты на своих площадках: средства автоматизации, промышленных роботов, интеллектуальные дистанционные системы управления и т. д.

Сегодня сфера профессиональной занятости и связанные с ней общественные отношения, в том числе и рынок труда воспринимается, большей частью, посредством медиа. Можно утверждать, что в стране чувствуется глобальный недостаток информации в отношении промышленных профессий, причём это касается разных отраслей, на всех уровнях [11]. Важно понимать, что в промышленной отрасли в целом есть количественная нехватка кадров, но не менее важным является вопрос об отраслевой мотивации. Насколько подрастающее поколение как будущие специалисты ориентированы на работу в конкретной отрасли и видят ли своё профессиональное будущее на длительный период, понятны ли им перспективы карьерного роста? Именно эти обстоятельства обусловили включение в поле социологического внимания учащихся 9 и 11 классов основного и среднего общего образования¹.

В ходе исследования было опрошено 7628 школьников Екатеринбурга, среди опрошенных 4 432 девушки и 3 196 юношей. Выборка носит целевой характер, генеральная совокупность выпускников, завершающих обучение в 9 и 11 классе отличается в 1,5 раза. У нас получилось две равных по величине совокупности ответов, 3 812 обучающихся в 9 классе и 3 816 обучающихся в 11 классе, чтобы мы могли сравнить, как меняются профессиональные планы после окончания 9 и 11 классов. В опросе участвовали школьники всех районов города Екатеринбурга.

Значимость выбора профессионального пути. Профориентационная работа в образовательной организации считается одним из основных источников развития представлений учащихся о мире профессий. В школе организуются экскурсии, приходят специалисты

¹ Генеральная совокупность объекта исследования (обучающиеся 9 и 11 классов г. Екатеринбурга) осуществлена на основании открытых данных: отчеты ОГЭ и ЕГЭ по русскому языку за 2022 год (см.: <http://ege.midural.ru/publikacii/analiticheskie-materialy.html>).

Эти данные могут являться основанием для расчета генеральной совокупности, поскольку содержат информацию:

- количество сдававших экзамен по русскому языку (поскольку он является обязательным, мы получаем достоверную информацию о количестве выпускников 9 и 11 классов);
- распределение выпускников, сдававших этот экзамен, по районам города Екатеринбурга;
- распределение выпускников, сдававших этот экзамен, по полу.

из разных сфер, проводятся уроки технологии, но складывается такое впечатление, что эта работа носит эпизодический характер, а её результаты не оказывают существенного воздействия на жизненные и профессиональные планы подростков и молодежи. Получаются весьма слабые связи с реальностью. Современные подростки о возможных направлениях деятельности узнают из популярных сериалов, от друзей, семьи. В результате многое сводится к личному опыту индивида – его социальному капиталу (по П. Бурдьё) [2, с. 70].

О необходимости профессионального выбора задумывались 72 % ответивших на вопрос в 9 классе и чуть больше в 11 классе, почти 4/5 (табл. 1)

Таблица 1

Данные о том, насколько учащиеся задумывались о будущей профессии, % ответивших

Варианты выбора	9 класс	11 класс
Да	72,0	78,0
Нет	27,8	21,5
Общее	100	100

Представлена закономерная ситуация значимости выбора профессионального будущего и вполне понятно, что большинство учащихся об этом задумываются ближе к 9 классу.

41 % опрошенных указали на то, что в школе проводятся профориентационные занятия (табл. 2).

Таблица 2

Осведомлённость учащихся о профориентационной работе в школе

№	Названия строк	% от опрошенных
1.	Да	41,7
2.	Нет	24,3
3.	Не знаю	34,0
	Общий итог	100

На вопрос о том, как проходят занятия по профориентации, можно было дать несколько ответов. На первом месте – приход в школу приглашенных специалистов (такой ответ дал каждый второй участник), каждый третий участник отмечает приход в школу студентов различных вузов, еще треть ответов свидетельствует о том, что школьники заполняют различные профориентационные тесты, и чуть меньше, что о разных профессиях рассказывают учителя. Ответы отличаются в зависимости от класса, в 9 классе – больше отмечают рассказы учителей и тесты, в 11 классе – приход специалистов и студентов вузов (табл. 3).

Наиболее значительным результатом является то, что треть обучающихся в 11 классе, и каждый четвертый ученик 9 класса не смогли ответить на данный вопрос. Скорее всего профориентационная работа носит эпизодический характер. А в некоторых школах, по мнению учеников, вообще не проводится (больше половины ответили «нет» и «не знаю»).

Почти половина девятиклассников отвечает, что у них в школе есть профильное обучение, а среди 11-классников такие ответы дают уже три четверти. Профильное обучение позволяет школьникам более осмысленно выбирать направления дальнейшего образования.

Таблица 3

Осведомлённость учащихся 9 и 11 классов о формах профориентационной работы.
(предлагалось несколько вариантов ответов, % опрошенных)

№	Варианты выбора	9 класс	11 класс
1.	Учителя нам рассказывают о разных профессиях	36,9	32,2
2.	В школу приходят специалисты разного профиля и рассказывают о своей деятельности	26,7	52,6
3.	Мы заполняем различные тесты, определяем свои интересы	41,7	33,7
4.	Приходят студенты учебного заведения и рассказывают о выбранной профессии	16,5	36,6
5.	Затрудняюсь ответить	24,0	32,5

Если посмотреть на более востребованные профили, то можно увидеть, что к ним относится гуманитарный (14 %) и физико-математический (12,7 %). В то же время технологический профиль выбирают только 6,2 % обучающихся. Отметим, что универсальный профиль ориентирован на тех учащихся, кто ещё не определился с выбором профиля. С одной стороны, он позволяет ограничиться базовым уровнем изучения по большинству предметов, с другой – ученик может изучать ряд учебных предметов и на углубленном уровне с точки зрения удовлетворения индивидуальных образовательных интересов или с целью подготовки к поступлению в вуз. Выбор гуманитарного профиля скорее свидетельствует о схожей ситуации – сложностью в выборе и ориентации не на профессию, а на сдачу ЕГЭ. Можем предположить, что примерно четвертая часть учащихся Екатеринбурга среди выпускников 9 и 11 классов сталкивается с проблемой неопределённости профессионального выбора. Хотя это очень условно. Проблема более масштабная, выбор профиля в 11 классе – это выбор образовательного направления. Технологический, физико-математический и универсальный профили – возможные претенденты на работу на индустриальном предприятии, скорее всего уже в качестве инженера. Таких примерно 40 % из общего числа школьников.

Привлекательные характеристики будущей профессии. Наш опрос в какой-то мере заставил школьников задуматься о привлекательных и менее значимых характеристиках при выборе профессии, поскольку включал не только такие привычные параметры как «высокая заработная плата», «перспективы карьерного роста» и пр., но и «социальные льготы в организации», «стабильная занятость» или «свободный график». Ответы учащихся 11 и 9 классов не сильно отличаются, свидетельствуя о складывающихся закономерностях профессионального выбора современных юношей и девушек. Итак, более значимой характеристикой является высокая заработная плата. Так ответили в среднем 76 % респондентов. Далее следует перспектива карьерного роста (50 %), престижность профессии (38 %) и профессиональная самореализация (44 %) (табл. 4).

Таблица 4

Представления учащихся о приоритетных характеристиках при выборе профессии и места работы в будущем (учащимся необходимо было выбрать не более 3-х вариантов ответов), % опрошенных, распределение по классам

№	Характеристики	9 класс	11 класс
1.	Гарантированное трудоустройство	32,0	39,9
2.	Профессиональная самореализация	36,1	50,1
3.	Престижность профессии на рынке труда	30,0	40,2
4.	Возможность поступить в желаемый колледж/вуз	27,8	26,0

№	Характеристики	9 класс	11 класс
5.	Перспектива карьерного роста	50,1	52,4
6.	Высокая зарплата	76,1	75,6
7.	Социальные льготы в организации (оплата медицинских услуг, устройство детей в детский сад, выплата социальных пособий, льготы на коммунальные услуги за жильё и пр.)	11,7	12,5
8.	Стабильная занятость	25,1	27,6
9.	Хорошие условия труда (питание, выдача рабочей одежды, доставка до места работы и пр.)	27,9	27,3
10.	Свободный график работы	34,9	31,2

Отметим, что при ответе на вопрос о перспективе жизненного пути (табл. 5) участники исследования отмечали значимость иметь в будущем стабильное место работы, а в данном вопросе стабильная занятость оказалась менее весомой. 25 % учащихся 9 класса и 27 % 11 класса указали на данную характеристику. Менее значимой характеристикой явилась позиция о социальных льготах. Объяснить данный выбор можно актуальными потребностями на момент обучения в школе, они более амбициозны, индивидуалистичны, подвержены «модным течениям». Социальные льготы большую роль играют для тех потенциальных работников, кто уже имеет профессиональное образование и собственную семью с детьми.

Уточним, что значимость высокой заработной платы при выборе будущего места работы и профессии на сегодняшний день в сознании подрастающего поколения является определяющим критерием. Так, 75 % школьников основного и среднего звена города Екатеринбурга, участвовавшие в исследовании, указали, что именно невысокая зарплата является причиной, по которой они не будут трудоустраиваться в организацию. На этом же уровне значимости находится параметр – неинтересная работа. Если сопоставить данную характеристику с жизненными стратегиями (табл. 5), то становится ясно, что учащиеся школ вкладывают в понятие «интересная работа». Напомним, это деятельность в «конкурентной, творческой среде». Данная позиция свидетельствует о понимании респондентами того, что во многом уровень заработной платы возможен только в условиях приложения личных усилий и достижений вне существующих правил нормированной деятельности на предприятии.

Наши школьники и 11, и 9 классов разделились примерно на три относительно равные группы. Планы найти стабильное место работы, что в большей степени ассоциируется с заводом присущи, только 40 % девятиклассникам и 35 % одиннадцатиклассников. Не в меньшей степени школьников привлекает творческая среда и собственное дело (табл. 5).

Таблица 5

Результаты о выборе суждений школьниками по поводу перспектив будущего профессионального и жизненного пути, % опрошенных

№	Варианты суждений	11 класс	9 класс
1.	для меня в будущем важно иметь стабильное место работы, нормированный рабочий график, получать фиксированную зарплату	34,9	40,3
2.	для меня важно в будущем работать в интересной, творческой, конкурентной среде	35,4	30,8
3.	для меня интереснее создать собственное дело, не зависеть от руководства.	29,6	28,8
	Общий итог	100	100

Смеем предположить, что в условиях экономической и политической нестабильности, которую испытывают российские семьи сегодня, акцент школьниками ставится на постоянное место работы как перспективы на будущее. Но при этом индивидуализированное взросление, разноликий профессиональный мир, который доступен для восприятия в социальных медиа, создаёт эффекты возможного выбора интересной, «лёгкой» профессии, труда и заработка. Не будем забывать и о том, что на сегодняшний день весьма существенное влияние на сознание школьников оказывают Интернет и СМИ. Данный фактор непосредственным образом повлиял на представление учащихся об успешной личности молодого человека, где профессиональная составляющая занимает приоритетное место.

Происходят изменения в образе предпочитаемой сферы профессиональной занятости. Так, например, молодёжи сегодня важно иметь не только источник дохода, но и получать удовольствие от деятельности, возрастает значение самореализации. Весьма привлекательной является практика фрилансства. Результаты исследования ВЦИОМ показали, что молодые люди в возрасте 18–24 лет в два раза чаще говорили, что хотели бы стать фрилансерами (42 % vs 22 % от всех опрошенных). Половина из них считают, что работать в таком формате гораздо эффективнее (52 % vs 32 % от числа опрошенных) [9]. Мы видим в этом новые параметры полипрофессиональной свободы, которые ассоциируются с возможностью наращивать опыт вне предприятия, работать на себя, выбирать разные проекты. В целом тенденции востребованности специалистов по информационным технологиям являются курсом государственной политики в области рынка труда и профессионального образования. Это объясняет популярность профессий, связанных с ИТ-сферой. В нашем исследовании можно проследить данную тенденцию (табл. 6). При этом вариант профессии инженера по частоте упоминаний оказался на 5 месте.

Таблица 6

Перечень предполагаемых профессий, о которых задумывались школьники
(указаны первые 10 позиций из 50)

№	Варианты профессии	Ранг	Кол-во упоминаний
1.	Программист	1	67
2.	IT-специалист	2	60
3.	Архитектор	3	58
4.	Врач и мед работник	4	56
5.	Инженер	5	45
6.	Учитель	6	44
7.	Экономист	6	33
8.	Дизайнер	8	30
9.	Психолог	9	28
10.	Веб-дизайнер	10	24

Профессия рабочего появляется на 18 месте – автомеханик, но такие виды работ – это малый и средний бизнес, связанный с ремонтом автомобилей. Профессия механика, которая может быть связана с заводом, это 26 место и всего два упоминания.

Образ заводского рабочего в представлениях старшеклассников. Для наших участников была предусмотрена серия вопросов о том, что означает работать на индустриальном предприятии.

Респондентам было предложено охарактеризовать профессию простого рабочего и инженера на заводском предприятии (табл. 7).

Сравнение характеристик образа профессии инженера
и рабочего в представлении учащихся школ города Екатеринбурга
(среднее значение, семантический дифференциал)

№	Характеристики	Профессия инженера	Профессия рабочего
1	+разнообразная / –однообразная	0,9	–0,4
2	+перспективная / –неперспективная	1,2	–0,01
3	+интересная / –неинтересная	0,8	–0,2
4	+сложная / –простая	1,7	1,5
5	+высокооплачиваемая / – малооплачиваемая	1,1	0,1
6	+невредная для здоровья / –вредная для здоровья	0,6	–0,6
7	+стабильная / –нестабильная	1,2	1,2

В результате анализа семантического дифференциала школьники в профессии инженера видят большую перспективность, сложность и стабильность в сравнении с профессией простого рабочего. Поэтому она более привлекательна в их представлениях.

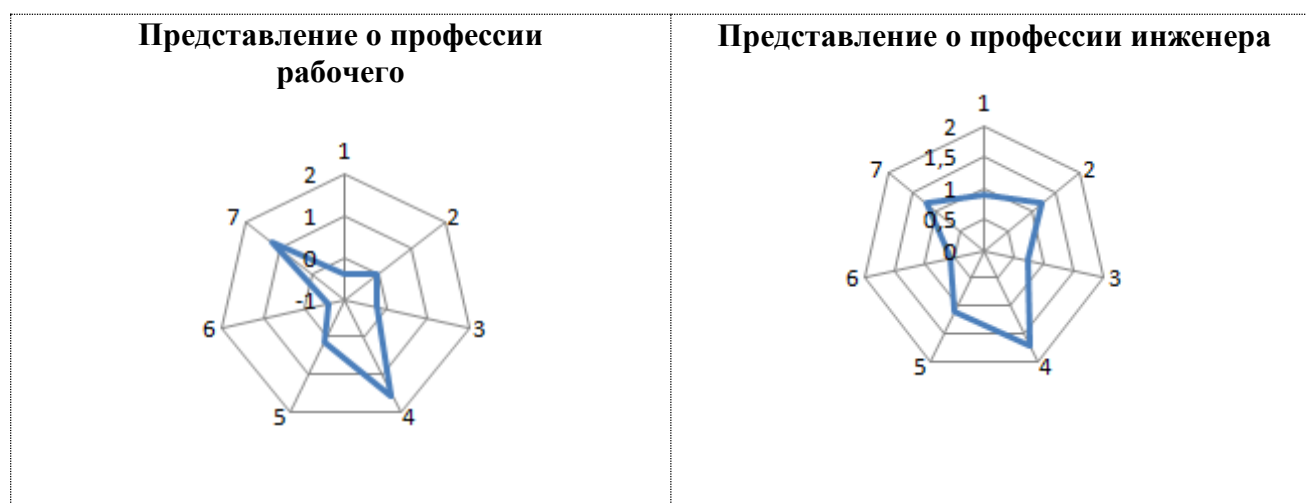


Рис. 1. Диаграммы оценок деятельности инженера и рабочего на предприятии

Школьники, обучающиеся в 9 и 11 классах, почти в равной степени не очень хорошо знают о работе на индустриальном предприятии, что связано с ситуацией слабого освещения данной деятельности в СМИ, возможно, данная тема также вскользь затрагивается в рамках профориентационной работы в образовательной организации. Стоит отметить, что сегодня рабочие специальности наполняются новым содержанием с точки зрения использования передовых технологий. Это может означать, если вернуться к вопросу о данных семантического дифференциала, что во многом у подрастающего поколения, а возможно и некоторых учителей, сохраняются традиционные образы заводского рабочего времён Модерна. Вероятно, характеристики деятельности рабочего в непривлекательных коннотациях – «сложности», «неперспективности», «рутинности» и т.п. связаны с устоявшимися образами, далёкими от технически изменяющейся действительности. Основным источником сведений о заводской профессии и характерном труде является опыт семьи/родителей/родственников. По нашим данным примерно 28 % среди учащихся 11 и 9 классов сами узнали о такой профессии в Интернете (табл. 8).

Осведомлённость учащейся молодёжи о специфике работы на заводском предприятии является, по результатам нашего исследования, одной из ключевых проблем. Мы увидели слабое представление у школьников о профессиях индустриального сектора. Непрестиж-

ность таких специальностей чувствуется в обществе. Если набрать в Интернете в поисковике «рабочие специальности», то можно увидеть определённый характер контента на эту тему: «пролетарии – привилегированная часть общества СССР», «понять чем занимаются рабочие на заводе сложно», «обучение на предприятиях поверхностное», «нормального токаря днём с огнём не сыскать», «плохо, что востребованы старые рабочие профессии», «с нынешней автоматизацией спрос на рабочие специальности падает», «есть шаблон: рабочий – дешёвая рабочая сила». Вероятно, пришло время целенаправленной информационно-просветительской деятельности в отношении технических профессий.

Влияние школы ощущается довольно слабо. Получается, что отсутствует институциональное воздействие на школьников 9 класса, способных выбрать рабочую профессию. Раньше такую функцию выполняли УПК, которые были разрушены вместе с системой начального профессионального образования. Возможно, эта система и была устаревшей на тот момент, но до сих пор нет никакой замены.

Таблица 8

Источники информации о работе на индустриальном предприятии
(можно было отметить несколько вариантов ответов), % от опрошенных

№	Варианты ответов	9 класс	11 класс
1.	На заводе работают / работали мои родственники	19,9	21,7
2.	На заводе работают / работали мои знакомые	11,9	14,6
3.	О такой работе нам подробно рассказывали на занятиях в школе	7,9	7,7
4.	Читал о такой работе в Интернете	26,6	29,0
5.	Ходили на экскурсию на завод	8,4	9,2
6.	Затрудняюсь ответить	50,8	48,5

Таким образом, в юношеской среде мы наблюдаем сочетание индивидуализированных стратегий (например, работа в IT сфере) по поводу выбора профессионального будущего с возможностью «страховки» в виде варианта работы в стабильной организации с нормированными правилами труда. Данная тенденция в сфере трудовой деятельности свойственна позднему постиндустриальному обществу, где знания и информация становятся основными факторами перестройки общественного сознания в сторону интеллектуализации, специализации профессиональной деятельности, готовности к мобильным стратегиям. Отметим, сфера заводского производства, несмотря на историческую значимость в отношении Уральского региона и Свердловской области, не является привлекательной для представителей школьного сообщества. В том числе, в силу незнания и непонимания данной деятельности. Отдельного исследования требует вопрос о мере репрезентации фабрично-заводского профессионала в медиа, в частности, в популярных для школьников Интернет-ресурсах.

Таким образом, вопрос об устойчивости профессиональных планов учащейся молодежи представляется нам весьма сложным. По словам ряда исследователей, в современном обществе нарушается логическая последовательность формирования профессиональных установок. А именно профессиональных намерений, профессионального обучения, активное освоение профессии и нахождения себя в коллективе, реализация личности в профессиональном труде. Так, к примеру, возникновение профессиональных планов может изменяться от периода выбора предметов для сдачи ЕГЭ до начала работы в выбранной профессии. «Окончательное формирование профессионального сознания приходится на этап статусного перехода от студента к специалисту, из сферы образования в сферу занятости» [8, с. 70].

Ориентация на индивидуальный успех, материальное благополучие, личностный рост являются особенностями профессиональных ориентаций современной молодежи. Также,

напомним, что практика ЕГЭ ориентирована на выбор вуза, а не профессии. Это существенным образом сказывается на представлении школьников и студентов о мире профессий, где акцент ставится на условия труда (зарплату, карьеру, место работы и пр.), а не на содержание профессиональных действий.

Сегодня в стране присутствует серьезный разрыв между профессиональным выбором молодежи и потребностью общества в профессиях [4, с. 51].

В результате данного исследования, мы видим, что на устойчивость профессиональных планов в сфере технического направления влияют внешние, материальные факторы, медийное пространство, а не система профориентации (школа-ссуз-вуз). При этом сохраняется семейная традиция передачи профессиональных намерений на работу в сфере заводского производства. Это фактор скорее связан именно с более осознанным профессиональным выбором.

Весьма приоритетной профессиональной стратегией, как для школьников, так и для студентов является предпринимательское дело (свой бизнес). Это связано с модными тенденциями, образцами успешного опыта, индивидуалистической стратегией.

Благодарность. Исследование выполнено при поддержке Научно-методического центра сопровождения педагогических работников ФГБОУ ВО «УрГПУ» в рамках реализации университетского гранта «Ценностная перспектива и потребностно-мотивационная сфера молодежи как условия ее устойчивой профессиональной самореализации на предприятиях реального сектора экономики» 2022–2023 гг. Проект реализован научным коллективом кафедры философии, социологии и культурологии: Бурков А.А., ст. преподаватель; Прямокова Е.В., д.с.н., профессор; Шалагина Е.В., к.с.н., доцент; Шапко И.В., к.ф.н., доцент; Шихова О.Н., к.с.н., доцент.

Литература

1. *Амбарова П.А.* Новые подходы к профессиональной ориентации в школе в условиях изменяющегося мира профессий / П.А. Амбарова, М.В. Немировский // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2020. – Т. 26. – № 1 (195). – С. 188–199.
2. *Бурдые П.* Формы капитала // Экономическая социология. – 2002. – Т. 3. – № 5. – С. 60–74.
3. *Голенкова З.Т., Игитханян Е.Д.* Профессионалы – портрет на фоне реформ // Социологические исследования. – 2005. – № 2. – С. 28–36.
4. *Ключарев Г.А.* «Разрыв» образования и рынка труда: мнения экспертов // Социологические исследования. – 2015. – № 11. – С. 49–56.
5. *Мешикова И.В.* Профессиональные интересы школьников как фактор прогнозирования развития рынка труда промышленного города // Вестник КГПУ им. В.П. Астафьева. – 2019. – № 2 (48). – С. 132–144.
6. *Надеева О.Г.* Исследование информированности старшеклассников о профессиональных требованиях к инженерно-техническим работникам // Педагогическое образование в России. – 2016. – № 6. – С. 77–82.
7. Указ Губернатора Свердловской области № 453-УГ от 06.10.2014 года «О проекте “Уральская инженерная школа”». – URL: <http://docs.cntd.ru/document/422448790> (дата обращения: 27.04.2023).
8. *Ситникова И.В.* Профессиональные планы и стратегии трудоустройства современных студентов // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. – 2019. – № 4. – С. 61–77.
9. Результаты исследования ВЦИОМ. – 2020. – URL: https://wciom.ru/fileadmin/file/reports_conferences/2020/2020-09-28_Frilansery.pdf (дата обращения: 22.04.2023).
10. *Чередниченко Г.А.* Личные планы выпускников средних учебных заведений (сравнительный анализ) // Социологические исследования. – 2001. – № 12. – С. 108–116.
11. *Шадрина А.* Как меняется подход к формированию кадрового потенциала для высокотехнологичных предприятий. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/612f92469a7947d7dac82868> (дата обращения: 22.04.2023).

СЕКЦИЯ «ПРОБЛЕМЫ ЗДОРОВЬЕСБЕРЕЖЕНИЯ, ВОСПРОИЗВОДСТВА СОЦИАЛЬНОГО ПОРЯДКА И НЕРАВЕНСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ»

ФОРМИРОВАНИЕ ПРАКТИК ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ ГОРОЖАН В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА КАЗАНИ

Акбашева Альфия Анваровна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Средства массовой коммуникации проникли и активно воздействуют на все сферы жизнедеятельности общества, а также повседневную жизнь людей. В статье автором рассмотрено влияние средств массовой информации на формирование здорового образа жизни городских жителей и на их информированность относительно здорового образа жизни и здоровья в целом.

Ключевые слова: практики здорового образа жизни, городское пространство, цифровизация.

Быстрое распространение и становление Интернета и компьютерных технологий в современном обществе послужило переменам в характере информационного потребления в сторону его индивидуализации.

Средства массовой информации больше не являются массовыми в традиционном смысле этого слова. Огромный объем информации и ее источники усилили тенденцию к тому, что зрители сами выбирают информацию. Объем информации также растет.

Стремительное развитие технологий и новых средств массовой информации, особенно Интернета, способствовали индивидуальному потреблению медиа и индивидуальному контролю над медиа-контентом. Интернет стал доминирующим каналом медиа потребления, причем используются двусторонние каналы коммуникации через мессенджеры, блоги и социальные сети. Все это вносит свои коррективы в медийное влияние и увеличивает свободу информации в современном обществе.

Информация становится более доступной и это сопровождается развитием количества и качества информации во всех областях жизни, в том числе в сфере здорового образа жизни и здоровья в целом. Так, по данным исследования компании «Яндекс» тема здоровья лидирует в интернет-запросах среди российских пользователей мобильных устройств. Ей посвящено более 4 % поисковых запросов – 7,5 миллиона в день, или более 5 тысяч запросов в минуту. Люди ищут информацию о лекарствах и целебных лечебных средствах – на нее приходится 34 % запросов о здоровье. Сюда же авторы исследования относят поиск сведений о травах, пищевых добавках, а также данные о различных приборах и медицинской технике, отмечает «Яндекс». Меньше всего интересуется гомеопатия (0,4 % запросов в категории лекарств). На втором месте по запросам в Сети – темы болезней и их симптомов (30 % запросов). А уже затем следует интерес к поликлиникам и врачам.

Следующее изменение в отношении здорового образа жизни проявляется в уменьшении времени, которое отводится на физическую активность, упражнения, физический труд, и, соответственно, снижении функциональных возможностей и физической подготовленности большей части населения, в том числе городских жителей. Данная проблема характерна для всех категорий россиян. Согласно данным Фонда «Общественное мнение» больше всего активных интернет-пользователей – в Северо-Западном ФО (71 % суточной интернет-аудитории), меньше всего – в Приволжском ФО (60 %). Число пользователей интернета среди россиян старше 16 лет в 2019 году выросло с 91 млн до 94,4 млн человек – теперь «в онлайне» 79,8 % взрослого населения страны. Это следует из отчета аналитического агентства

GfK (есть в распоряжении РБК). Наибольшую динамику по сравнению с 2018-м показали представители старшего поколения: в категории 65+ число пользователей Сети возросло с 26 до 36 %, в категории 50–64 года – с 63 до 66 %. В других категориях изменения почти не значительны: среди подростков (16–19 лет) проникновение интернета почти достигло 100 %, в категории 20–29 лет этот показатель сохраняется на уровне 97 %. Среди россиян в возрасте 30–39 лет аудитория Сети выросла с 92 % до 94 %, в категории 40–49 лет – с 85 до 89 %.

Рост аудитории за счет старшего поколения связан с тем, что люди при взрослении сохраняют свои привычки в получении информации и развлечений и с ними они «переходят» в более старшие возрастные группы. Также этот рост стимулирует развитие госуслуг, онлайн-платежей, контента для более старших поколений.

Для решения этой проблемы в первую очередь необходимо формировать и укреплять сознательное отношение населения, в том числе городов, к своему здоровью, установок на здоровый образ жизни. Максимальная роль в этом деле принадлежит именно информационным технологиям, которые комплексно воздействуют на различные стороны восприятия и помогают формированию образа мышления, потребностей и взглядов. Это относится к Интернету в целом и в первую очередь к социальным сетям и блогосфере.

Социальные сети (встречаются также такие определения, как «виртуальные сети», «виртуальные сообщества», «онлайновые сообщества», «социальные интернет-сети», в англоязычной литературе – e-community, virtual community, безусловно, являются достижением технологического прогресса, предоставляющим пользователям множество возможностей. Социальные сети с каждым днем набирают популярность во всем мире. Можно утверждать, что на сегодняшний день виртуальные сети являются объективной реальностью, оказывая влияние на системные характеристики общества. История их существования длится около десятилетия, однако сегодня трудно найти человека, который бы, пользуясь Интернетом, не пользовался бы социальными сетями.

Так, согласно данным всероссийского опроса Фонда «Общественное мнение» полученным в марте 2021 года среди мессенджеров в России лидирует по популярности WhatsApp (50 %), Telegram уступает ему более чем вдвое (22 %), а Viber – впятеро (10 %). Среди социальных сетей первое и второе места принадлежат отечественным проектам «ВКонтакте» и «Одноклассники» (38 % и 29 % соответственно). Впрочем, к ним вплотную приблизился фото- и видеосервис с элементами социальной сети Instagram (запрещенный ресурс) (28 %). Сервисами TikTok, Facebook и Twitter пользуются 15 %, 14 % и 6 % россиян соответственно.

Как сейчас принято называть совокупность блогов – «блогосфера», на сегодняшний день стали максимально популярными. В традиционном понимании блог – это периодически обновляемая лента текстовых сообщений или мультимедиа на различные темы, причем каждое сообщение может быть прокомментировано читателями.

Внимание общества к активности интернет-блогеров растёт. Выделилась новая лидерская группа в блогерском комьюнити: инфлюенсеры. Они быстро профессионализируются и превращаются в «людей-брендов», организуют работу целых «медиа-заводов» и успешно конкурируют с традиционными медиа. Их влияние на потребительское поведение людей уже очевидно, на очереди – влияние на убеждения и политическое поведение.

Рост численности и влияния лидеров мнений в социальных сетях, воздействие которых сегодня сопоставимо с ресурсом традиционных медиа. Вместе с тем данная группа, не связанная какими-либо формальными ограничениями, мобильная и постоянно восполняемая, формирует широкую палитру новых подходов; при этом аудитории в ряде случаев сложно понять исходную мотивацию их сообщений, наличие (или отсутствие) заказчика, критерии достоверности сообщений. Беспрецедентность нынешней ситуации заключается в свободном доступе участников информационного рынка к каналам информирования, при том, что сила их убедительности зависит от индивидуальных талантов, артистичности, умения находить точные стилистические и контентные решения. Однако стоит отметить, что информация в блогах часто оказывается непроверенной, ненаучной, а лишь интересной с точки зрения автора. Только лишь критически воспринимая информацию, проверяя данные в других ис-

точниках, рассматривая мнения других авторов можно преодолеть данную характеристику интернет-ресурсов.

Главным элементом воздействия Интернета на формирование здорового образа жизни является распространение информации о возможностях приобщения к здоровому образу жизни. В городской среде на сегодняшний день активно развивается новое движение в сфере здорового образа жизни, которая является актуальной для всех возрастных категорий городских жителей, поскольку такой формат занятий физической культурой не требует материальных затрат. Речь идет о бесплатных физических занятиях, тренировках, лекциях и семинарах в условиях городской среды. Здесь мы рассмотрим существующие направления в рамках этого движения на примере г. Казани и роль Интернета как коммуникационного канала приобщения к данным практикам здорового образа жизни.

Примерами вышеописанного феномена являются множества городских школ различных видов спорта, боевых искусств, студии танцев, йоги и др., которые организывают и проводят бесплатные занятия на свежем воздухе на территориях городских парков. Например, бесплатно попрактиковать йогу имеет возможность любой житель города Казани, придя в один из нескольких парков города в утренние часы, выбрав заранее для себя более удобную локацию и время для занятий. Узнать всю необходимую информацию о месте и времени проведения подобных бесплатных занятий без труда сможет каждый житель города в специальных аккаунтах или сообществах в социальных сетях. Одним из ярких примеров подобного движения является масштабный социальный проект «Зеленый фитнес», активно рекламируемый в социальных сетях («Инстаграм», «Вконтакте», «Твиттер»). Данный проект реализуется в рамках Федерального проекта «Спорт Норма Жизни» по приобщению 55 % населения РФ к физической культуре до 2024 года. Зеленый Фитнес – это социально-спортивное движение, направленное на популяризацию спорта и здорового образа жизни, посредством проведения бесплатных спортивных мероприятий на общественных пространствах городов. По информации, размещенной на портале Министерства по делам молодежи и спорту Республики Татарстан, за три встречи количество участников возросло с 80 до 300, а количество зрителей с 150 до 500 человек. Летом 2022 года проект запустил свой 8 сезон. Ежегодно его дорабатывают и вводят новинки, например, в новом сезоне ввели возможность через специальное приложение для смартфонов оставлять отзывы и чаевые тренерам. Автор проекта Мурат Димитров говорит о том, что его идея направлена на решение таких проблем, как отсутствие доступных для всех физических занятий на свежем воздухе, дороговизна традиционных занятий в фитнес-клубах, отсутствие системы управления спортивно-культурными мероприятиями в парках и скверах Казани.

Распространяя информацию преимущественно через Интернет о своей деятельности общественные организации, способствуют привлечению внимания жителей города к вопросам здоровья и здорового образа жизни посредством массовых мероприятий. В качестве примера можно выделить такое мероприятие, как «Казанский марафон» ежегодно организуемое и проводимое компанией «Timerman», которая занимается организацией спортивных соревнований по Республике Татарстан. Как говорят сами организаторы мероприятия «Казанский марафон» – это беговая экскурсия по главным достопримечательностям города. Помимо марафона в Казани компания также проводит соревнования на территории всей республики по направлениям: лыжные старты, заплывы (Sviyaga Swim), велогонки (Tour de Tatarstan), триатлон, биатлон, спортивное ориентирование. Согласно информации, которую авторы работы получили от одного из участников подобных мероприятий жители города являются активными участниками и основной аудиторией всех ее мероприятий. Кроме того, важно отметить положительную динамику: количество городских жителей, участвующих регулярно в коллективных пробежках, увеличилось в несколько раз. Массовость подобных мероприятий, по словам активистов, обеспечивается преимущественно распространением информации через социальные сети и блоги.

Необходимо отметить важную роль интернет-технологий в распространении информации о таких новых формах здорового образа жизни городских жителей, как пробные первые

занятия в различных фитнес-клубах, секциях, танцевальных студиях и бесплатные мастер-классы; скидки для различных категорий населения в различных фитнес-клубах, студиях, секциях; семинары, беседы, лекции, вебинары и встречи со специалистами в распространенных в городе модных специализированных пространствах (в том числе в городских парках), кафе, лофтах на тему рационального питания, красоты и здоровья, здорового образа жизни в целом. Подобного рода мероприятия обеспечивают формирование информационного поля в рамках тематики здоровья и здорового образа жизни, а также способствуют распространению моды на здоровый образ жизни среди населения, в том числе городской среды.

На сегодняшний день как СМИ (телевидение, радио, печатные издания), так и Интернет, социальные сети, блогеры и инфлюенсеры организуют вещание и публикацию системных материалов образовательно-просветительного характера, формируют у граждан потребность в занятиях физическими упражнениями, повышают интерес граждан к знаниям в области гигиены, медицины, режима питания, организации труда и отдыха, популяризируют комплексы физических упражнений, привлекают внимание государства и широкой общественности к указанным проблемам, освещают опыт коллективов компаний, физкультурно-спортивных организаций и т. д.

Литература

1. *Акбашева А.А.* Практики здорового образа жизни в современном городском пространстве (на примере г. Казани Республики Татарстан) // Казанский социально-гуманитарный вестник. – 2022. – № 2 (53). – С. 4–7.
2. *Максимов С.А., Федорова Н.В., Артамонова Г.В.* Городское пространство и физическая активность – фактор риска болезней системы кровообращения // Российский кардиологический журнал. – 2019. – № 24 (9). – С. 71–77.
3. *Демкина Е.П.* Формирование здорового образа жизни как фактор повышения качества жизни современного российского студенчества (на материалах Республики Татарстан): дис. ... канд. социол. наук / Е.П. Демкина. – Казань, 2016. – 188 с.
4. *Вирт Л.* Урбанизм как образ жизни // Вирт Л. Избранные работы по социологии. – М., 2005. – 100 с.
5. Официальный сайт Министерства по делам молодежи и спорту Республики Татарстан. – URL: <http://mdms.tatarstan.ru/rus/index.htm/news/439260.htm> (дата обращения: 20.08.2021).
6. *Гидденс Э.* Социология / пер. с англ.; науч. ред. В.А. Ядов; общ. ред. Л.С. Гурьевой, Л.Н. Посилевича. – М.: Эдиториал УРСС, 1999. – 703 с.
7. *Журавлева И.В.* Здоровье студентов: социологический анализ / отв. ред. И.В. Журавлева. – Институт социологии РАН. – М., 2012. – 252 с.
8. *Селезнев Р.С., Скрипак Е.И.* Социальные сети как феномен информационного общества и специфика социальных связей в их среде // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2013. – № 2 (54). – Т. 3. – С. 125–131.

ЭТНОГРАФИЯ НАРКОПРОИЗВОДСТВА В РОССИИ: ОПЫТ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Володин Даниил Михайлович

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Статья содержит анализ модели наркопроизводственных отношений в контексте повседневности.

Ключевые слова: наркопроизводство, город, darknet, нарко-маркетплейсы, социальные агенты, социальные отношения, физическое пространство, ресурсы, социальные практики.

Структура наркопроизводства, в условиях цифровизации и функционирования darknet, является малоизученным исследовательским полем, исследование коего представляется важным в целях изучения функционирования наркобизнеса в его актуальной кондиции, а также системы специфических коммуникаций, практик (потребительских/ «повседневных» и так далее), возникших в процессе технологической модернизации нарко-маркетплейсов.

В данной работе мною будет представлен опыт социологического исследования модели наркопроизводственных отношений (далее наркопроизводство) в контексте повседневности. Ценность данного текста заключается в представлении методов исследования сообществ наркопотребителей, как специфического образа повседневности (характерная (определяемая онтологическим устройством объекта) и систематично воспроизводимая область жизни индивида или сообщества), а также смещения исследовательского фокуса с психологизма о болезненности наркозависимых и правоохранительной риторики к акторно-пространственной методологии. В настоящее время взаимодействие структуры наркопроизводства (наркопроизводство - сумма коммуникаций, направленных на взаимодействие с психоактивными веществами (в эпистемологии потребления, производства, акторных взаимоотношений, взаимодействия с физическим и социальным пространством). Структура наркопроизводства – особенности внутреннего устройства системы коммуникаций, направленных в отношении ПАВ) и наркопотребителей (в контексте города и цифровизации) образует ряд специфических практик и социальных отношений, представляющими интерес для социологического обозрения. В данной работе была использована концепция «Бурдьеполиса», разработанная Виктором Вахштайном по работе Пьера Бурдьё «Социология социального пространства». Отмеченная теория позволяет представлять город как набор исследовательских единиц, формируемых из дискриминативных концептов: социальные агенты/ социальные отношения/ ресурсы/ социальные практики/ физическое пространство. Перекладывая данную концепцию на опыт исследования структуры наркопроизводства, охарактеризовать ее исследовательские единицы можно следующим образом:

1. Социальные агенты – коллективные и индивидуальные, находящиеся в подчинённой диспозиционной связи, по отношению друг к другу. В данном случае, таковыми являются система правоохранительных органов, а также частные ее проявления (полиция, росгвардия). Соответственно, указанный элемент находится в динамических отношениях с участниками структуры отправления наркопроизводства – потребители, наркокурьеры, трафаретчики, администрация маркетплейсов и магазинов и так далее;

2. Социальные отношения – данная категория представляет собой характер воспроизводства устойчивых связей между смысловыми оппозициями. В данном случае, это характер взаимоотношения структур правоохранительных органов и наркопроизводства. Также, к данной категории следует причислить моральный дискурс о наркотиках в целом, так как таковой способен создавать ситуации, когда индивиды, исключенные из контекстуальной связи между наркопроизводства и правоохранительных органов, могут влиять на характер воспроизводства отмеченной среды.

3. Ресурсы – блага различного происхождения, так или иначе влияющие на характер взаимодействия социальных агентов. В данном случае, это может быть моральный дискурс о наркотиках и наркопроизводстве в целом. Также, к данной категории необходимо причислить инструменты воспроизводства наркоторговли и борьбы с ними – darknet, VPN, onion-ссылки, трафареты, «красные магазины», маркетплейсы, техническое оснащение (телефоны).

4. Социальные практики – к данной категории необходимо причислить способы воспроизводства ценностей, культуры той или иной среды, воспроизводящихся по средствам «ритуалов». В данном случае, таковым является, например, системы удалённого сбыта ПАВ, а также техники и, буквально, практики, связанные со структурой взаимодействия с таковыми. Также, в данную категорию необходимо включить методы борьбы правоохранительных органов с отправлением наркопроизводства – рейды, подставные магазины, способы взаимодействия с таковыми в средствах массовой информации и так далее;

5. Физическое пространство – в данном случае, физическое пространство, в трактовке Бурдые, представляет следующее: «...физическое пространство есть социальная конструкция и проекция социального пространства». Как было показано в ходе данной работы, система взаимодействия наркопроизводства и структур правоохранительных органов имеет определенное влияние на характер проживания конкретных пространств/ сама физика распространения ПАВ влияет на характер устройства среды.

Литература

1. Беккер Г. / пер. с англ. Н. Фархатдинова; под общ. ред. А.Корбута. – М.: Элементарные формы, 2018. – 272 с.
2. Бурдые П. Социология социального пространства / пер. с франц.; отв. ред. перевода Н.А. Шматко. – М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. – 288 с.
3. Вахитайн В. Воображая город: введение в теорию концептуализации. – М.: Новое литературное обозрение, 2022. – 576 с. (внесен Минюстом РФ в реестр СМИ-иноагентов).
4. Наркомания в России: мониторинг. – 2018. – 25 июня. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/narkomaniya-v-rossii-monitoring> (дата обращения: 07.02.2023).
5. Наркозависимость в России: мониторинг. – 2022. – 10 февраля. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/narkozavisimost-v-rossii-monitoring> (дата обращения: 07.02.2023).
6. На чем сидит Москва? – URL: <https://telegra.ph/Na-chem-sidit-Moskva-12-08> (дата обращения: 07.02.2023).
7. Clain. Near \$20B Passed Through High-Risk Exchanges in 2020. – 2021. – 4 апреля. – URL: <https://clain.io/blog/post/near-20b-passed-through-high-risk-exchanges-in-2020> (дата обращения: 31.08.2022).

ВОЗМОЖНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ И САМОАКТУАЛИЗАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНА КАК КОМПОНЕНТЫ СОЦИАЛЬНОГО ЗДОРОВЬЯ (НА ПРИМЕРЕ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА)

Ершов Андрей Николаевич

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Мишин Виталий Александрович

Государственная Дума Российской Федерации, Москва, Россия

Аннотация. Важным компонентом социального здоровья населения Приволжского федерального округа выступает реализация и актуализация населением региона своих интеллектуально-творческих потребностей. Наиболее полное, комплексное изучение данного явления возможно в рамках концепции жизненных сил человека, его индивидуальной и социальной субъектности. Поэтому можно говорить о социальном здоровье населения как интегральной специфической характеристике взаимодействия общества и человека, власти и населения, о воздействии населения на управленческие процессы через собственную активность.

Ключевые слова: социальное здоровье, население региона, самоактуализация.

Теоретический анализ различных подходов к исследованию социального здоровья населения позволил выяснить, что наиболее полное, комплексное изучение данного понятия возможно в рамках концепции жизненных сил человека, его индивидуальной и социальной субъектности, чему посвящены были работы отечественных исследователей, начиная с 2001–2004 гг. [1, 2]. В свою очередь управление социальным здоровьем населения региона рассматривается как система целенаправленных воздействий на жизненное пространство с целью всестороннего развития жизненных сил населения, его индивидуальной

и социальной субъектности (С.И. Григорьев, Л.Г. Гусякова, Ю.Е. Растов) [3, 4, 5]. В данном смысле можно говорить о социальном здоровье населения как интегральной специфической характеристике взаимодействия общества и человека, власти и населения, о воздействии населения на управленческие процессы через собственную активность. На основе данных проведенных нами исследований возможно заключить о том, что активность населения региона в различных полях жизнедеятельности не высока. Рассмотрим это подробнее.

Несмотря на то, что три четверти опрошенных (75 %) полагают, что их социальное положение не соответствует их способностям и возможностям (то есть, они заслуживают более высокого социального положения), а две трети считают, что достойны более высокого уровня жизни, менее половины опрошенных предпринимают реальные действия для изменения ситуации. Таким образом, часть населения (примерно четверть-треть опрошенных) остается пассивной, воспринимая ситуацию как не адекватную для их возможностей и способностей, но ничего не пытаясь изменить. Несколько иная ситуация наблюдается в профессионально-трудовой сфере. С целью повышения удовлетворенности трудом (повышения должностного статуса, профессионального развития, улучшения материальной стороны труда (размера дохода), возможности самореализации) более половины опрошенных предпринимают какие-либо действия, а именно – ведут поиск новой работы (24 %), «предпринимают усилия для повышения в должности, квалификации/повышения уровня оплаты труда» – 33 %. Только 16 % ничего не предпринимают для изменения ситуации. В целом, население региона достаточно активно пытается реализовать себя в профессионально-трудовой сфере, используя различные средства для изменения своего профессионального статуса, все же предпочитая внутренние, закрытые каналы поиска работы, что не характеризует сообщество региона как вполне открытое..

Важным аспектом анализа выступает реализация и актуализация населением региона своих интеллектуально-творческих потребностей. По данным проведенного исследования, только немногим более пятой части населения – 22 % опрошенных занимается интеллектуальными видами досуговой деятельности (чтение литературы – 6 %, самообразование – 4 %, творчество – 12 %). По самооценкам респондентов, 12 % из них занимаются творчеством постоянно, 25 % – делают это изредка. Показательно, что только 13 % опрошенных считают себя полностью реализованными в творчестве и спорте, треть опрошенных (32 %) – скорее реализованными, чем не реализованными, более половины считают себя не реализованными в творчестве и спорте. Таким образом, можно констатировать, что, несмотря на то, что реализационный уровень социального здоровья населения в интеллектуально-творческом поле не высок, имеется весьма значительный потенциал. Эти данные подтверждаются тем, что при ответах на вопрос о том, чем бы хотели заниматься опрошенные в спортивной и/или творческой жизни, более трети респондентов (34 %) указали какие-либо интеллектуально-творческие виды деятельности. В целом более половины респондентов занимаются различными видами самообразования, но, в основном, связанными с виртуальными (нетрадиционными) его формами; еще 17 % опрошенных указали на то, что хотели бы заниматься и другими видами самообразования при наличии условий и возможностей. Подобное распределение указывает на то, что реализация населением региона своих интеллектуально-творческих способностей также имеет достаточно высокий потенциал, но пока что нельзя говорить о том, что население региона самоактуализировано в данной сфере своей жизнедеятельности ввиду низких показателей реализации данного потенциала.

Анализ состояния и развития духовно-нравственного компонента социального здоровья населения региона в субъективном измерении интерпретируется через функционирование ценностной системы, а именно, через следующие показатели: преобладающие формы проведения свободного времени населения; роль традиций и инноваций в развитии общества и его сфер; ценность и значимость инноваций в развитии общества и его сфер; ценность и значимость здорового образа жизни; ценность и значимость семьи в системе ценностей населения; идеология: преобладание определенных ценностей и поведенческих установок в экономиче-

ском, профессионально-трудовом, повседневно-бытовом полях жизнедеятельности. Обратимся к данным исследований.

Среди населения региона преобладают пассивные формы проведения свободного времени, а также развлекательная направленность досуга: проводят время с семьей (21 %), встречаются с друзьями, ходят в гости (16 %), общаются с друзьями по Интернету (23 %), смотрят телевизор (25 %), посещают кинотеатры, развлекательные клубы (11 %), спят (11 %), посещают выставки, концерты (9 %), посещают спортивные мероприятия (7 %). Активный отдых свойственен только для 25 % опрошенных (12 % – занимаются спортом, 13 % – выезжают на природу). Кроме того, 27 % занимаются самообразованием и интеллектуально-творческими видами деятельности. Более четверти опрошенных проводят свое время за домашними делами (28 %). При этом полностью реализованными в проведении свободного времени считают себя лишь 12 % населения; остальные в той или иной степени не считают себя реализованными и хотели бы успевать делать что-то еще. Таким образом, можно заключить, что преобладание в структуре ценностей проведения свободного времени населения региона ценностей развлечения и пассивного отдыха создает низкие возможности самореализации и самоактуализации населения в данной области жизнедеятельности.

Как уже отмечалось, ценности здорового образа жизни пока что не занимают значимого места в структуре ценностей населения региона: крайне небольшая доля опрошенных занимается спортом и физкультурой, обосновывая это различными причинами (мотивировками). Также невысока доля тех, кто предпринимает реальные действия для укрепления своего здоровья. Интересно, что члены семьи опрошенных, скорее, не одобряют их образ жизни и привычки в проведении досуга, то есть можно говорить о том, что семья оценивает тот не реализованный личностный потенциал, который имеется у респондентов.

В целом, современную господствующую систему ценностей в региональном сообществе можно обозначить следующим образом. Большинство населения региона не считает господствующую систему распределения экономических статусов и ролей, а также вытекающих из этой системы экономических благ справедливой, полагая при этом, что личные связи и финансовые возможности являются определяющими в построении жизненной траектории и формировании социально-экономического пространства. Так, подтверждением тому служит распределение ответов респондентов на вопрос о значимости тех или иных факторов в современном развитии страны: более половины опрошенных (56 %) отметили, что в большей степени развитие сегодняшнего российского общества определяют финансовые капиталы. Инновационная составляющая духовной сферы регионального общества не является высокой: анализ данных нашего исследования показал, что инновации на уровне конкретных организаций, предприятий не являются решающим фактором их развития, а общая оценка респондентами влияния инноваций на развитие страны, региона не высока. Образование и знания, ум, интеллект человека, по оценкам опрошенных, также не служат пока двигателем развития регионального социума, равно как и традиции народов. Пожалуй, основным общепризнанным двигателем развития являются финансовые капиталы, – так ответили 56 % респондентов, и эта доля примерно одинакова среди опрошенных всех трех городов Приволжского федерального округа. Таким образом, можно заключить, что идеология сегодняшнего общества (в региональном ракурсе) строится на культивировании денежно-материальной составляющей, а также важности и ценности наличия личных связей как способа повышения своего профессионально-трудового и социально-экономического статусов. В то же время, по мнению экспертов, эта ситуация может быть представлена иначе: роль финансовых капиталов в определении развития страны подчеркнули только менее четверти экспертов; в подавляющем большинстве своем они полагают, что главным фактором развития страны сегодня являются образование, знание, информация, а также инновации.

Важным показателем развития гражданского общества является степень участия населения в данном процессе, то есть включенность населения в его развитие в качестве активных субъектов. По данным исследований, подавляющее большинство опрошенных (82 %) не принимает участия в деятельности каких-либо политических, общественных организаций,

объединений; наиболее пассивны при этом респонденты города Йошкар-Ола (88 % населения не принимают участия в деятельности таких организаций). В деятельности политических организаций принимают участие 3 % населения, (Казань, Уфа – по 4 %, Йошкар-Ола – 2 %), волонтерских организаций – 2 %, экологических – 1 %, творческих – 4 %, спортивных – 2 %. Более всего развито поле деятельности молодежных организаций (7 % населения принимают в них участие, в том числе в Казани – 10 %, в Уфе – 8 %, в Йошкар-Оле – 5 %). Наравне с самими респондентами, невысока степень участия в данных организациях, объединениях и их ближайшего окружения: 76 % близких и друзей, опрошенных не принимают участия ни в каких организациях. Как видно из приведенных данных, степень участия населения в общественно-политической деятельности посредством включенности в деятельность различных общественных и политических организаций, объединений довольно низка и свидетельствует о низкой степени субъектной активности населения региона.

Почти половина (47 %) опрошенных не принимают участия ни в каких социальных механизмах управления обществом; четверть (26 %) принимают участие в выборах, 8 % – посредством организации обратной связи с населением в Интернет-ресурсах, на официальных порталах госструктур, 12 % – через общение в социальных сетях, народных форумах, 4 % – участвуют в принятии решений властью при помощи объединений граждан в партии, общественные организации, 3 % – путем организации прямой связи с населением (телемосты, телефонные горячие линии). Схожая ситуация касается членов семей опрошенных, – среди них 45 % не участвуют ни в каких формах взаимодействия с властью, а также друзей и близких опрошенных – среди них 42 % не принимают подобного участия.

Таким образом, общественно-политическая активность граждан региона не является высокой, что свидетельствует о пассивности основной части населения в вопросах построения гражданского общества. Рассуждая о построении гражданского общества, население фактически отстраняется от участия в данном процессе в качестве субъектов. В ценностно-нормативном аспекте можно говорить о том, что гражданское общество пока не является важной ценностью для населения региона.

Социальное здоровье населения может быть определенным образом оптимизировано и организовано посредством управленческих воздействий при помощи определенных социальных технологий. Главное предназначение данных технологий – облегчение для населения региона доступа к благам, удовлетворение их потребностей, формирование, развитие и реабилитация их жизненных сил, и в конечном итоге, обеспечение высокого уровня их социального здоровья. В обществе изменений, каковым является современное нам общество, управление социальным объектом не понимается односторонне; наоборот, процесс управления подразумевает включенность в него населения как субъекта, то есть активное участие населения в принятии управленческих решений при помощи различных социальных технологий. Как показал наш анализ результатов анкетного опроса, население, по собственным оценкам, пока что не является субъектом управления в полном смысле этого слова, поскольку включенность его в данный процесс довольно низка. С целью подтверждения/опровержения данного положения обратимся к результатам экспертного опроса.

Эксперты полагают, что активность населения в изменении своего социального статуса может быть оценена как средняя, а готовность населения к участию в управлении обществом невысока. Интересно мнение экспертов в отношении участия населения в конкретных социальных технологиях, позволяющих управлять региональным сообществом. По мнению экспертов, большинство интерактивных сервисов ведомственных сайтов сегодня не вполне эффективны и могут быть оптимизированы. Данная не достаточная эффективность обусловлена, в первую очередь, слабым уровнем участия самого населения в их работе. Так, такие интерактивные сервисы как обращения граждан (интерактивная общественная приемная), онлайн-консультации, он-лайн голосования, опросы граждан, обсуждения, дискуссии вполне эффективными назвали только менее 10 % экспертов вне зависимости от региона, большинство же указали, что они в чем-то эффективны, в чем-то – не эффективны, либо «скорее, не эффективны».

Что касается участия населения в работе данных сервисов, то наиболее активно, по мнению экспертов, население участвует в работе сервиса интерактивной общественной приемной (вполне высокую активность населения в данном аспекте подчеркнули более половины экспертов), в работе же остальных перечисленных интерактивных сервисов население принимает слабое участие. Население также пассивно в развитии таких форм интерактивного взаимодействия с органами власти и управления как видеоконференции, вебинары, интерактивные дискуссионные столы.

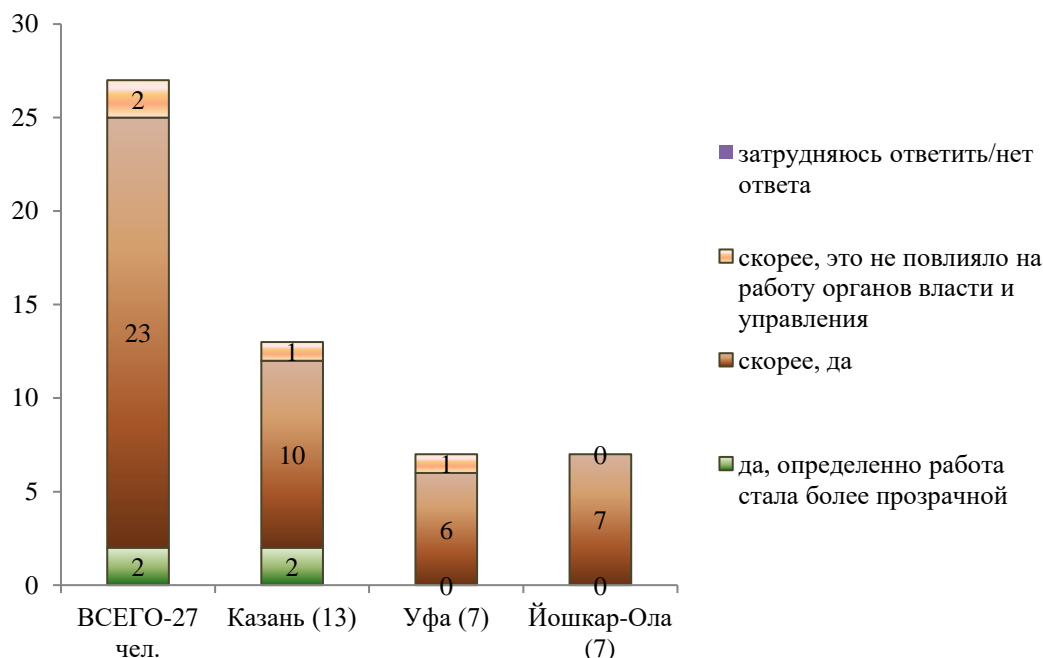


Рис. 2.4. Оценка экспертами эффективности внедрения интерактивных форм взаимодействия с гражданами в своем регионе («Можете ли Вы утверждать, что с внедрением интерактивных форм взаимодействия власти с гражданами и организациями (общественных приемных) работа органов власти и управления стала более прозрачной?»), кол-во чел.

На рисунке 2.4 приведены данные распределений мнений экспертов относительно одного из аспектов эффективности внедрения интерактивных форм взаимодействия с гражданами в своем регионе. Как видно из представленных данных, фактически лишь отдельные эксперты оценили данную эффективность (прозрачность работы органов власти и управления в регионе) как высокую, большинство же ответило, что в организации данного взаимодействия имеются резервы.

Экспертам было предложено оценить эффективность использования различных социальных технологий. Большинство экспертов полагают, что вполне часто и постоянно используются такие технологии как социальный заказ, экспертиза конкурсных распределений государственных и муниципальных заказов, ярмарка некоммерческих организаций и социальных проектов, публичная отчетность органов власти и управления, социальное партнерство и общественные слушания. В меньшей мере используются в их регионе такие технологии как всенародное обсуждение законопроектов (отметила половина экспертов), социальное планирование (половина экспертов). С другой стороны, такие «сквозные» социальные технологии как социальное проектирование, социальное прогнозирование, социальное прогнозирование, социальное моделирование, социальный мониторинг, формирование единого информационно-коммуникационного пространства достаточно слабо практикуются в их реги-

оне. Кроме того, некоторые из перечисленных социальных технологий вызвали затруднения в определении экспертов.

Перечисленные социальные технологии экспертам было предложено оценить с точки зрения их социальной эффективности. Наиболее эффективными эксперты считают социальный заказ и экспертизу конкурсных распределений государственных и муниципальных заказов, а также социальное партнерство, общественные слушания и публичная отчетность органов власти и управления. Наименее эффективными - ярмарку некоммерческих организаций и социальных проектов, социальное проектирование, социальное прогнозирование, социальное прогнозирование, социальное моделирование, социальный мониторинг, формирование единого информационно-коммуникационного пространства. То есть наименее используемые социальные технологии эксперты считают и наименее эффективными. На открытый вопрос о том, что именно не позволяет считать указанные интерактивные сервисы вполне эффективными, помимо активности граждан региона, были получены следующие отдельные оценки экспертов: Как видно из представленных формулировок, ряд вопросов, по мнению экспертов, может быть более детально и полно освещен в рамках официальных сайтов органов власти и управления в регионе и посредством других каналов информации. Отмеченные направления, таким образом, могут быть освещены более полно, что необходимо учесть в дальнейшей информационной работе официальных порталов ведомств.

Таким образом, по мнению экспертного сообщества, можно констатировать заинтересованность населения в постоянном обновлении информации, в вынесении на обсуждение большинства проектов, имеющих значимость для широкой общественности, в ведении прямого диалога органов власти и управления с населением. По мнению экспертов, можно говорить о некотором росте участия населения в организации обратной связи органов власти и управления с населением, но в целом, данное участие по-прежнему невысоко.

Подводя итоги можно констатировать, что эксперты считают организацию обратной связи с населением важным направлением управленческой деятельности в регионе, что крайне положительно. Вместе с тем, по их мнению, пока что в организации подобной обратной связи имеется много пробелов, несовершенства, что требует вмешательства компетентных структур для ее оптимизации.

Литература

1. *Бобров М.Я.* Жизненные силы человека: социальная метатеория или виталистическая социологическая парадигма: монография / М.Я. Бобров, С.Ф. Воронков, Ю.Я. Вохминцев и др. – Барнаул: Изд-во Алтайского государственного университета, 2000. – 246 с.
2. *Герт В.А.* Субъектность индивидуального бытия человека: монография. – Министерство образования и науки РФ, ФГБОУ ВПО «Уральский гос. пед. ун-т». – Пенза: Изд-во ПГУ 2012. – 172 с.
3. *Питанова М.Е.* Субъект. Современность. Развитие: монография / под ред. Л.В. Шваревой. – Министерство образования и науки РФ, ФГБОУ ВПО «Пензенский гос. ун-т». – Пенза: Изд-во ПГУ, 2014. – 132 с.
4. *Григорьев С.И.* Виталистская социология: парадигма настоящего и будущего (избр. ст. по неклассической социологии) // Барнаул: Изд-во АРНЦ СО РАО, 2001. – 229 с.
5. *Гулякова Л.Г.* Проблемы социальной безопасности и социального благополучия населения Сибири: реалии и решения // Формирование идеологии консолидации российского общества: актуальные проблемы и возможности решения: материалы круглого стола. МОО «Объединение социологов Сибири» на ФС АлтГУ / под ред. СИ. Григорьева. – Барнаул; М.: Магистр-пресс, 2004. – С. 111–115.
6. *Растов Ю.Е.* Версии неовиталистского теоретизирования в современной российской социологии // Неклассическая социология в современной России: накопление методологического потенциала и технологических возможностей. – М.; Барнаул: Магистр, 2003. – С. 91–103.

ГОТОВНОСТЬ К ДОНОРСТВУ: МОТИВЫ ВСТУПЛЕНИЯ РОССИЯН В РЕГИСТР ДОНОРОВ КОСТНОГО МОЗГА

Ишкинеева Фарида Фалесовна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Ежегодно тысячи людей с раком крови нуждаются в трансплантации костного мозга. Большая часть населения имеет ограниченные представления о донорстве костного мозга, механизмах его реализации. Выявление потенциала донорства, мотивов и факторов, определяющих возможность вступления населения в регистр доноров костного мозга, приобретает особую актуальность. Результаты социологического исследования демонстрируют достаточно высокий уровень потенциала донорства среди населения. Донорская мотивация преимущественно индивидуальная, оценивается как личный выбор человека. Для стабильного расширения числа потенциальных доноров костного мозга важно понимание динамики общественного сознания в отношении донорства, основных мотивов и стимулов к донорству (вообще, и костного мозга в частности) у населения, оптимизация механизмов информирования и рекрутирования населения к донорству.

Ключевые слова: донор костного мозга, регистр доноров, потенциальный донор, мотивация доноров костного мозга.

Ежегодно тысячи людей с раком крови нуждаются в трансплантации костного мозга. Проблема рекрутинга потенциальных доноров в единый регистр, способный удовлетворить растущую потребность в донорах костного мозга, приобретает особую актуальность. В России донорство костного мозга пока не популярная практика: четверть россиян считают, что процедура донации опасна для здоровья, 61 % не знают, что это за регистры, а 72 % из тех, кто знает, не представляют, как в них вступить. Осведомленность населения в отношении донорства стволовых клеток, может быть, одним из критических факторов для успешного донорства [1].

Большая часть населения имеет ограниченные представления о донорстве костного мозга, механизмах его реализации. В общественном сознании распространены страхи и препятствия к донорству костного мозга, обусловленные недостаточностью информации о донации и ее последствиях. Согласно опросам, четверть россиян считают, что процедура донации опасна для здоровья, 61 % не знают, что такое регистры доноров, а 72 % из тех, кто знает, не представляют, как в них вступить (ВЦИОМ, 2019) [2]. Чтобы закрыть потребность в трансплантациях, потенциальных доноров в России должно быть в десятки раз больше.

Для выявления мнения россиян о донорстве костного мозга, готовности к донации и факторов его определяющих, было инициировано исследование, основанное на стратегии комбинирования методов (mixed methods research). На первом этапе, на основе анализа результатов серии глубинных интервью, реализованных в рамках медиапроекта «Кровь 5» (Русьфонд, 2019) [3], были выделены виды мотиваций к донорству, на втором этапе (июнь 2022) был произведен опрос участников Национального регистра доноров костного мозга имени Васи Перевозщикова. В опросе приняли участие 8 037 человек (13,7 %) от всех доноров костного мозга, состоящих в Национальном регистре.

Мнения уже состоящих в регистре россиян демонстрируют сложную картину мотивов и факторов, предопределяющих личностные стратегии и опыт участия в донорстве. В качестве основного источника информации о донорстве костного мозга 42 % респондентов указывает на средства массовой информации и социальные сети 27 %, почти четверть 23 % получают информацию от друзей, знакомых и коллег, около 11 % – узнали о донорстве благодаря специальным акциям. При этом около трети респондентов в варианте ответа «другое» описывают свой опыт получения информации. Основная часть опрошенных практически не имели опыта столкновения с донорством костного мозга в своем окружении, только 2 %

опрошенных отметили наличие такого опыта среди родственников и 6 % – среди друзей и знакомых.

Осознанность решения о вступлении в регистр демонстрирует вопрос о предварительном изучении информации о донорстве костного мозга. Большинство респондентов – 77,3 % прежде, чем вступить в регистр изучили информацию самостоятельно, 18 % сообщили, что информации, полученной от сотрудников регистра, было достаточно. Около 4 % респондентов сообщили, что не получили никакую информацию о донорстве костного мозга.

Для выявления мотивов вступления в регистр костного мозга респондентам было предложено выбрать наиболее близкие для них утверждения (число ответов не было ограничено). Наиболее значимыми для потенциальных доноров являются такие мотивы, как «Альтруизм и чувство долга» (78 %), «Возможность принести пользу обществу» (73 %). Среди других, наименее представленных, такие, как: «Наличие больных родственников» – 11 %, «Просьба друзей/коллег по – 11 %, «Без особых побудительных причин» – 14 %, «Возможность оздоровления» – 8 %. Наименее распространенными мотивами являлись «Религиозные убеждения» – (3 %) и «Возможность получения материального вознаграждения» – (3 %).

Были выявлены ориентации на следующие виды донорской мотивации: большинство опрошенных (70 %) выбрали вариант «Я хочу сделать что-то важное в жизни», в основе выбора намерения стать донором и вступить в регистр – внутренняя необходимость чувствовать себя полезным, понимание значимости цели – спасти человеческую жизнь. Около 17 % выбрали вариант ответа – «Меня так воспитали», эти респонденты делают акцент на воспитании, семейных ценностях и традициях. Для пятой части опрошенных (21 %) наиболее близок вариант – «Я за всех переживаю», это распространенный вид мотивации: эмпатия, сострадание ко всем, кому нужна помощь. Главную роль в этом случае играет именно эмоциональная реакция. «Это мой моральный долг» – считают 28 % опрошенных, по мнению которых это правильный, логичный поступок, обязательство перед обществом. Для значимой части респондентов ключевым мотивом является личный, семейный опыт столкновения с заболеванием и его последствиями, «Я знаю, как это важно, на своем опыте», этот вариант является мотивирующим для 11 % респондентов. Для значительной части (44 %) характерен выбор варианта «Просто мне не сложно» – здесь вступление в регистр воспринимается не как абстрактный моральный долг, а как само собой разумеющееся действие, вариант нормы-повседневная практика. Около 10 % опрошенных выбрали вариант «Мне интересно все новое», для данной категории значимой является любопытство, новый опыт. Однако 2–3 % респондентов – случайные люди с неопределёнными мотивами и намерениями.

Абсолютное большинство на вопрос о готовности к донации – к процедуре сдачи клеток костного мозга ответили – скорее да – 28 % и определённо, да 68 % и только 2,3 % не знают и 1,5 – не готовы.

Таким образом, потенциал донорства среди населения достаточно высок, большинство респондентов вполне осознанно и целенаправленно вступают в регистр, но не лишены страхов и препятствий к донорству, значимым является – боязнь боли и дискомфорта во время процедуры, отсутствие информации о последствиях донорства. Донорская мотивация оценивается по оценкам большинства преимущественно индивидуальной, оценивается как личный выбор человека. У потенциальных доноров, включенных в регистр, определяющей является автономная мотивация, основанная на альтруизме и желании помогать другим людям сохранить жизни, принести пользу обществу. Для стабильного пополнения числа потенциальных доноров костного мозга необходимы адресные программы по стимулированию населения к донорству, оптимизация механизмов информирования и привлечения различных групп населения к участию в донорстве, что при наличии эффективно функционирующей организационной структуры, могло бы стать стимулом реализации потенциала донорства россиян.

Литература

1. Информационный ресурс «wmda.info». – URL: <https://wmda.info/donor/basics-donation/> (дата обращения: 15.05.2023).

2. Сайт ВЦИОМ «wciom.ru». – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheski-obzor/donorstvo-kostnogo-mozga-neznanie-rozhdaet-stereotyp> (дата обращения: 15.05.2023).
3. Сайт благотворительного фонда «rusfond». – URL: <https://rdkm.rusfond.ru> (дата обращения: 15.05.2023).

ФАКТОРЫ ВКЛЮЧЕНИЯ ЛЮДЕЙ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ ПО ЗРЕНИЮ В СОВРЕМЕННОЕ ОБЩЕСТВО (НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

Мальцева Мария Витальевна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. В статье анализируются проблемы формирования отношения к людям с инвалидностью, то, как построена работа государственных структур в социальной и культурной сферах, проблемы доступности среды. На основании эмпирического исследования людей с инвалидностью по зрению в городе Казани рассматривается опыт инклюзии незрячих и слабовидящих в общество, а также выводятся основные факторы, облегчающие включение и барьеры, препятствующие ему, в рамках специфики региона (Республика Татарстан).

Ключевые слова: инвалидность по зрению, незрячие, слабовидящие, включение, социальная политика, факторы адаптации, модели инвалидности, ВОС.

Согласно данным ВОЗ по 2022 году, во всём мире около 2,2 миллиардов человек страдают нарушением ближнего или дальнего зрения [1]. Демографический рост и старение населения, как ожидается, будут вести к повышению распространённости нарушений зрения, что актуализирует проблему создания доступной среды для людей с ограничениями по зрению, а также ставит задачи её развития в связи с возможным ростом представителей с нарушениями зрения.

Республика Татарстан стала пилотным регионом, в котором начала апробацию государственная программа «Доступная среда», направленная на улучшение объектов инфраструктуры. Согласно проведённому в 2015 году (по окончании реализации программы) итоговому исследованию «Национальный рейтинг: Доступная среда», среди других регионов Татарстан занимал третье место по количеству объектов, доступных людям с инвалидностью. Сейчас похожий подсчёт ведётся на PRO КУЛЬТУРЕ.РФ [2]. Татарстан занимает второе место (за период 2023 года) по количеству доступных учреждений культуры, однако в доступности тех же культурных учреждений для людей с инвалидностью по зрению у Республики Татарстан девятое место среди субъектов РФ. Подобная статистика позволяет определить Татарстан, как регион, стремящийся к созданию безбарьерной среды, но ещё не достигший лидерства по доступности среды для людей с инвалидностью по зрению, что обосновывает необходимость исследования, посвящённого эффективности принимаемых мер и проводимой политики.

В качестве теоретической рамки исследования будут использоваться подход стигматизации И. Гофмана, концепция конструирования моделей инвалидности (Тарасенко, 2004; Ярская-Смирнова, 2006) и конструкционистская теория. И. Гофман одним из типов стигмы выделял различные телесные отклонения, говоря, что теория стигмы – это идеология, которую «нормальные люди» используют, чтобы объяснить неполноценность «отличных» индивидов и рассчитать опасность, которую он представляет, оправдывая враждебность, основанную на других его отличиях, таких как приверженность определённому социальному классу [3, с. 15]. Таким образом, мы можем говорить о появлении стигмы, по причине отклонения от привычной нормы, которая влечёт за собой дискриминацию и уменьшает «жизненные шансы» человека с инвалидностью по зрению. О существовании стигматизации со стороны общества упоминают почти все участники интервью «в представлении зрячих людей... зря-

чие люди вообще не знают, кто такие слепые, мы же инопланетяне», «Ну и вообще, мы же дебилы, ну, то есть, вообще идёт сопровождение, что слепой человек, он... нарушен интеллект» (слабовидящий, 48 лет), «часто бывает такое <...> «сидели бы дома, чего выходите?»» (незрячая, 25 лет). По мнению информантов, это связано с тем, что общество мало знает про людей с инвалидностью по зрению, а какая-либо освещённость их жизни в обществе должна помочь изменению социальных представлений и увеличению принятия.

Концепции моделей инвалидности представляют собой способ представления людей с ограниченными возможностями, отражающий отношение общества к ним, а также конструируемую социальную политику в области инвалидности. Изначально дискурс занимала медицинская или традиционная модель инвалидности: инвалидность рассматривалась как дефект или несоответствие физических или психических функций норме, обусловленное заболеваниями, травмами или врожденными аномалиями. В рамках данной парадигмы можно рассматривать концепцию роли больного Р. Мертона, согласно ей, люди с инвалидностью нуждаются в лечении и реабилитации, чтобы вернуться к "нормальной" жизни. Таким образом, медицинская модель уделяет основное внимание людям с ограниченными возможностями как объектам медицинской помощи, задача общества же заключается в оказании помощи инвалидам, их материальной поддержке. «Если это люди постарше, часто бывает жалость: «ой, бедная, Богом обиженная, ой, почему, за что, а как вылечить?»» (незрячая, 25 лет). С 1970-х годов, одновременно с началом американских исследований социальных активистских движений по борьбе за права, а также с публикациями британских учёных, которые были активистами общественных организаций [4, с. 14], начинает образовываться новая парадигма – социальная, которая принимает инвалидность не как физическое или ментальное заболевание человека, а ищет проблемы в отношении общества и социальных и экономических условиях. Человеку с инвалидностью приписывают статус равноправного члена общества, вследствие чего возникает необходимость в создании безбарьерной среды и инклюзивного общества. «У молодежи больше интерес, либо какая-то (пауза) ну, стеснение и страх бывает ещё иногда, то есть, когда они не понимают как общаться, как подойти, как что-то спросить, чтобы не обидеть, и это очень часто видно, потому что люди заменяют слово, типа, вот они не спрашивают: «а ты смотришь фильмы?», хотя это для нас это нормально, а... ну, заменяют на что-то типа: «а слушаешь ли ты фильмы?»» (незрячая, 25 лет).

Преобладание медицинской или социальной модели инвалидности зависит от характера властных отношений в обществе и воплощается в особой идеологии социальной политики государства, откуда распространяется на политику образования, занятости, социального обеспечения, здравоохранения, транспорта, жилищную, информационную и культурную политику.

В рамках указанных моделей существуют различные теории и направления мысли, так, например, Е. А. Тарасенко выделяет двенадцать моделей инвалидности, которые включаются в медицинскую и социальную модели, а также рассматривает «новейшую» парадигму инвалидности [5, 20], в которой инвалидность отвергается как само понятие. Некоторые авторы предполагают, что, если борьба лиц с ограниченными возможностями за свои права будет успешна, то уйдёт разделение на «здоровое большинство» и людей с инвалидностью.

В России в 1970–90-е преобладала преимущественно патерналистская социальная политика, которая взаимосвязана с медицинской концепцией инвалидности. В 1995 году принятие Федерального закона «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» стимулировало изменение в социальных институтах, а также направлении отношения к людям с инвалидностью. Правительственная политика стала нацелена не на оказание простой помощи людям с ограниченными возможностями, а на обеспечение им равных возможностей в реализации их гражданских, экономических, политических и других прав, предусмотренных Конституцией РФ. Однако, сохраняются политические и идеологические принципы дифференциации инвалидности и связанных с ней статусов, а также подход к людям с инва-

лидностью, как к социальному меньшинству, требующему специальных условий и услуг для реабилитации и интеграции в общество.

Однако эффективность данной политики, согласно исследованиям, ещё не оправдала себя. Так, например, согласно Е. А. Тарасенко [5, с. 26] необходима концептуальная проработка социальной политики, а не популистских шагов, рассчитанных на короткую перспективу политического цикла. П.В. Романов и Е.Р. Ярская-Смирнова говорят об отсутствии в изменении общественного устройства, несмотря на политические шаги. В законодательстве, несмотря на то что законы становятся более прогрессивными, имеется проблема с нормативно-правовыми актами, которые наполнены декларативными положениями, не подкреплёнными соответствующими актами, а официальные доклады о реализации политики в сфере обеспечения прав и включения уязвимых групп населения вуалируют существующие проблемы и не выносят их на широкое обсуждение [4, с. 29].

Таким образом, мы можем сказать, что полноценный переход к социальной концепции инвалидности произошёл только в научных работах, где принимается представление о людях с инвалидностью как о группе, имеющей повышенные потребности, а сама инвалидность конструируется структурой и отношением общества, а не из-за их индивидуальных нарушений. В политическом плане в России идёт смешение представлений о людях с инвалидностью как об уязвимой социальной группе, которой требуется помощь, одновременно с этим преподносится модель самостоятельности, в которой ответственность за жизнь и её качество переходит к самому человеку. Это приводит к тому, что существует определённый риск поддержания зависимого положения людей с инвалидностью в условиях, когда для них не создаётся доступная среда в реализации собственных возможностей. В социальном плане общество тоже не полностью готово к принятию людей с инвалидностью: в исследовании, проводимом в 2014 году РАН по Волгоградской области в рамках проекта «Доступная среда» 24 % опрошенных выбрали утвердительный ответ на вопрос: «Вы обычно ощущаете или не ощущаете дискомфорт, неудобство при общении с людьми с ограниченными физическими возможностями?». При этом в самой Вологде количество ощущающих дискомфорт достигало 44 % [6]. Подобная неподготовленность социума к принятию в свои ряды людей с инвалидностью по зрению прослеживается и в авторском исследовании.

Уровень социальной адаптации людей с инвалидностью можно рассмотреть через эталонные показатели А. Ю. Домбровской [7, с. 111]. Автор выделяет пять сфер жизнедеятельности для адаптации и рассматривает объективные и субъективные показатели адаптации. После она обобщает огромный эмпирический материал из исследований, сделанных под её руководством, а также вторичных анализов других авторов для рассмотрения методов социальной адаптации людей с инвалидностью. Пятью сферами адаптации по А. Ю. Домбровской являются: экономическая, политическая, социально-психологическая (формирование социальных связей, наличие широкого спектра ролей, знакомств), социально-культурная, информационная составляющая адаптации. Объективная степень представляет собой состояние общества и реализуемые возможности, субъективная установки людей с инвалидностью на реализацию в сферах, их ценности.

По выделенным сферам и проводилось качественное исследование людей с ограничениями по зрению. Качественные методы использовались для более глубокого погружения в проблему, так как тема, касающаяся общей адаптации людей с инвалидностью по зрению малоизучена. Исследование включало в себя интервью с семьёю людьми: трое женщин и четверо мужчин, в возрасте от 24 до 48 лет, имеющими различный уровень нарушения зрения: четверо незрячих, трое слабовидящих с разной степенью остаточного зрения, также использовался метод включённого наблюдения: посещение общественных пространств с незрячими и слабовидящими, наблюдение в организации ВОС, присутствие на специальных мероприятиях.

В ходе исследования были обнаружены следующие факторы, влияющие на адаптацию незрячих и слабовидящих в обществе и, при позитивных условиях, упрощающие её.

1. Всероссийское общество слепых (ВОС) – стоит отметить, что все исследуемые уже были реабилитированными (то есть, прошедшими курсы реабилитации и абилитации в рам-

как одной из функций, осуществляемых ВОС), так что имели навыки для включения в социальную среду. В частности, одним из примеров может служить слабовидящий информант, в 29 лет столкнувшийся с внезапным резким ухудшением зрения. Такая потеря повлекла за собой потерю в прочих сферах жизни: семейной, трудовой: *«Пошёл к врачу, <...> и загремел в больницу на полтора месяца, пытались спасти зрение. Врачи так говорили, куча капельниц... в общем, вот так я зрение и потерял. Потом жена, потом магазины»* (прим. был мелким предпринимателем, владел двумя магазинами), *«потом 52 килограмма весу... меньше даже»* (слабовидящий, 48 лет). Ему повезло: он нашёл Всероссийское общество слепых и принял участие в организуемой обществом программе реабилитации: *«Мне было всё равно. Но мне рассказывали о жизни, что слепые тоже живут... но поверить-то в это сложно (смеётся)»*. Сейчас информант адаптирован окончательно, он сам работал реабилитологом в ВОС.

Всероссийское общество слепых – некоммерческая организация, которая существует при поддержке государственных субсидий и из внебюджетных источников. Основными её функциями являются не только обеспечение абилитации и реабилитации населения с нарушениями зрения, но и: предоставление различной информации: от списка документов на получение льгот, до предупреждений об изменениях транспортных маршрутов, защита прав и интересов незрячих людей через оказание посильной помощи, организация мероприятий, поездок, походов в культурные объекты, профессиональная профорентация и трудоустройство на специальных предприятиях или в организации ВОС и реализация других функций, касающихся сфер жизнедеятельности людей с ограничениями по зрению.

Стоит отметить, что адаптация через Всероссийское общество слепых обладает своей спецификой: включение индивида происходит не в остальное общество, а конкретно в сообщество людей с инвалидностью по зрению, однако в этом случае идёт дополнительная адаптация в городскую среду за счёт вылазок-прогулок и посещения объектов культуры. При этом, стоит отметить, что само ВОС не формирует исключительно закрытое сообщество людей с ограничениями по зрению, как это, например, происходит у людей с проблемами слуха.

Изучению ВОС как некоммерческой социальной структуры можно посвятить ещё полноценное исследование. Особенностью татарстанской региональной организации является её активное сообщество, которое борется за права людей с инвалидностью по зрению, участвует в различных мероприятиях, не только в регионе, но и выездных, насколько на это хватает ресурсов:

«Сейчас на том уровне финансирования общества слепых, выполняют они сто процентов <...> у нас есть спортзал, у нас есть концертный зал и сейчас оно работает ровно на том уровне, на котором мы можем себе это позволить <...> и к нам приходят люди, которые только ослепли, или те люди, которые долго сидели дома, и, конечно же, попадая в общество слепых, они находят себе общение, друзей и ту информацию, которая им помогает. Поэтому я всё-таки удовлетворительно поставлю оценку, удовлетворительно работе Всероссийского общества слепых» (слабовидящий, 34 года).

1. Семья – если у человека с детства имеются нарушения зрения, то важно, в первую очередь, как родители относятся к нему, какую модель поведения они ему навязывают. Информантка (незрячая, 25 лет) в личном разговоре рассказывала о своём однокласснике по спец. коррекционной школе, который «очень несамостоятельный человек»: живёт с мамой, ходит с ней «за ручку», упоминая также, что таким людям как он сложно входить в общество зрячих людей, потому что он привык, что всё делают за него, и теперь ждёт от всех людей подобных действий. Подобные ситуации рассказываются и в интервью, информант, занимавшийся вопросами по молодёжной политике в ВОС (незрячий, 44 года), упоминает, что *«очень сложно родителям отпустить своего ребёнка во внешнюю среду, они переживают за него и, таким образом, ограничивают, возможно, не желая ему зла»*. Был и положительный пример воспроизводимости включения:

«Надо начать с детства, с семьи, я родилась в семье, где родители были слабовидящие <...> с жизнью слабовидящих знакома с детства. Учитывая, что моя мама была слабови-

дящей, а в окружении было совсем... достаточно большое количество совсем не видящих людей, я с детства видела, как она им помогает: помогает сходить в магазин, съездить на рынок, <...> унести-принести документы. Поэтому эта жизнь мне знакома с детства» (слабовидящая, ок. 40).

Сейчас она занимает должность в ВОС и точно также помогает незрячим и слабовидящим, как и её мама, о чём сама говорит. Таким образом, можно говорить о семье как о важном факторе, влияющем на включение людей с инвалидностью по зрению, а также о возможной воспроизводимости сценариев поведения.

В этом пункте важна не только родительская семья, но и та, которую создаёт сам человек с нарушениями зрения. Незрячие и слабовидящие, создавая семью, рождая детей, оказываются включёнными в социум функционально, воспроизводя институт семьи. В частности, в ходе исследования была опрошена одна пара: информант (незрячий, 31 год) и информантка (незрячая, 25 лет). Этот фактор включает индивида в малую социальную группу, которую он сам создаёт. К тому же, если вспомнить пример из пункта выше, про ситуацию внезапной потери зрения во взрослом возрасте, большим ударом для индивида послужили последствия отказа от него семьи.

В целом, в представлении информантов семейные ценности играют огромную роль. Информантка (незрячая, 24 года), говоря про своё будущее, уже упоминает семейную жизнь, несмотря на то что молодой человек у неё отсутствует.

2. Трудовая деятельность – этот фактор влияет не только на социализацию людей с инвалидностью по зрению, но и на обычных людей, поэтому важность его можно не доказывать, однако стоит упомянуть некоторые функции: если работа вне дома, то люди с инвалидностью по зрению посещают новые места, расширяя таким образом свою городскую среду, коллеги или клиенты также являются значительным расширением социальных контактов. Самой очевидной функцией является приобретаемая самостоятельность, не только экономическая, но и жизненная. Улучшение финансового положения открывает для людей с инвалидностью по зрению новые возможности, обеспечивающие их комфорт и разнообразие действий: передвижение на такси, путешествия, посещения различных мест. Репертуар трудовой деятельности для незрячих разнообразен: от массажиста или психолога, или репетитора, до юриста или же работника руководства ВОС. Для этого в рамках самого Всероссийского общества слепых существуют переобучающие программы, позволяющие приобрести необходимые навыки и компетенции. Некоторые программы, реализуемые при помощи государства для людей с инвалидностью, не дают трудоустроиться:

«Там в конце приходит работодатель, на тебя смотрят, если ты им нравишься, они такие: (делает голос повыше, писклявый) «ой, я вас беру». Ну, это всё такая фикция, это всё просто красивая картинка и... да, у нас там пару человек забрали, таких, очень хороших художников, не знаю, насколько они там сейчас работают или нет где-то. На нас просто посмотрели, сказали: «какие хорошие ребята, может быть, да, мы подумаем» – вот это вот всё. Никакого там дальнейшего трудоустройства не было» (незрячая, 25 лет).

В основном, трудоустраиваться людям с инвалидностью по зрению приходится: пособия по инвалидности не всегда достаточно для качественного проживания. Из троих безработных только одна не искала трудоустройства (потому что они договорились, что семью обеспечивает муж), остальные определяли свою безработицу, как временную, возможность «пожить для себя», однако предполагали в будущем трудоустраиваться по финансовым обстоятельствам.

В ходе интервью и наблюдения было также выявлено, что обращение в государственную службу занятости не приносит особого успеха в нахождении работы: об этом говорят как те, кто имеют работу (при этом, не все из них вставали на учёт в центры занятости, а, скорее, трудоустраивались сами, своими силами и опытом через различные сайты, знакомых), так и те, кто работы не имеет: *«Но я не знаю положительных примеров, чтобы незрячему человеку в центре занятости работу нашли, не знаю. Возможно, они есть, но я про них*

не слышала» (незрячая, 24 года). *«Бесполезно <...> Вот, я в центре занятости, и? Пришёл, отметились, заплатили деньги»* (слабовидящий, 48 лет).

В ходе наблюдения было также обнаружено, что трудоустройство незрячих и слабовидящих не только является сложным в том плане, что их не берут на определённые рабочие места, но и в том, что это трудоустройство может быть фиктивным: некоторые организации для закрытия квот на людей с инвалидностью специально создают видимую трудовую деятельность и нанимают на работу людей с ограниченными возможностями по зрению, однако реально работой их не обеспечивают: незрячие получают зарплаты и официально числятся в штате, однако их трудовая деятельность скорее носит формальный характер, исключая любые реальные задачи. Подобное происходит исключительно для закрытия предприятием квот и получения преференций от государства, вопросами же реальной адаптации и интеграции незрячих работников никто не занимается. Подобные ситуации ставят под сомнение эффективность назначения государственных квот, так как могут реализовываться они крайне формальным образом.

Таким образом, трудоустройство незрячих и слабовидящих является серьёзной социальной проблемой, обладает рядом противоречий в сфере реализации, но, при этом, обладает огромным потенциалом для адаптации и включению незрячих и слабовидящих в общество.

1. Друзья – наличие зрячих друзей расширяет вариативность действий слабовидящих и незрячих, но при этом встречается не часто, в основном, идёт из детства. Одна из информанток (незрячая, 24 года) упоминала, что это является её своеобразной «мечтой-желанием»: *«Такого пока нет, но хочется. Какая-то такая, мечта-желание. Не обязательно подруга, можно просто приятельница, чтобы можно было куда-нибудь ходить вместе, время проводить вместе»*. В пример можно привести слова одной из информанток (незрячая, 25 лет) о том, что с таким человеком (другом) *«можно много чего интересного посмотреть попробовать, послушать и прочее»*, а также отмечала преимущества походов куда-либо со зрячим: *«если есть человек, который хорошо видит с ним намного проще, слабовидящие крайне неохотно соглашаются ходить на такие мероприятия им это очень сложно даётся всё, вот поэтому. Раньше мы ходили с подругой, которая, вот, переехала»*.

Однако наличие зрячего спутника не является обязательным для активной жизни незрячих и слабовидящих. Достаточно часто можно даже встретить связку незрячий-слабовидящий (на мероприятиях слабовидящие помогают разобраться с бытовыми вопросами: где что можно достать, куда идти, что можно поесть), так как в обществе слепых участники стараются помогать друг другу:

«Достаточно часто любят у нас кататься и на велосипедах, то есть, если хотя бы один человек есть с небольшим остатком зрения, остальные трое с удовольствием, там, кататься, помогать крутить педали, общаться» (слабовидящая, ок. 40 лет).

Много зависит в активностях зависит и от самого человека с инвалидностью по зрению и может реализоваться им без помощи других:

«Где-нибудь погулять полностью незрячий всегда может, если есть желание. Мы, например, с супругой ходили завтракать на набережную Кабана» (незрячий, 31 год).

Если подводить итог, то друзья для незрячих могут выполнять функции проводников и адаптации в социальную среду, однако это необязательно и служит скорее упрощающим фактором. В основном, друзья у людей с инвалидностью по зрению относятся к той же группе, что и они сами: *«Ну, в процентном соотношении, 70 на 30, это если близкий круг рассматривать, да, то есть, 30 % абсолютно интегрированные, здоровые люди и 70 с ограничением по зрению <...> а если рассматривать знакомых, то клиенты, они у меня, как правило, люди обычные»* (слабовидящий, 34 года), *«моё окружение достаточно разное: есть и тотально незрячие люди и слабовидящие и несколько зрячих в принципе есть... ну, как бы, у меня семья... все полностью, э, все зрячие, ни у кого нет никаких проблем со зрением, вот»* (незрячая, 25 лет), *«в большинстве своём в моём окружении люди с ограничениями, преимущественно по зрению, это, в основном, слабовидящие, но есть и категории, у них третья группа, вторая, ну что-то промежуточное, особенно третья группа это практически*

без инвалидности. <...> *Есть друг детства, который зрячий, который никакого отношения не имеет к людям с инвалидностью, кроме меня, и мы с ним тоже продолжаем общаться*» (незрячий, 31 год), что может говорить о возможности успешных стратегий включения в общество, за счёт создания различных кругов общения через наличие разных друзей.

2. Примеры других незрячих/слабовидящих – примеры других людей с инвалидностью по зрению выступают вдохновляющим фактором при адаптации незрячих и слабовидящих. Это может быть как личная история, так и просмотренная социальная реклама и даже фильм:

«Это был короткометражный фильм, Александр Монтов его снял <...> это незрячий режиссёр, он полностью был незрячим, потерял зрение, по-моему, в районе 23 лет, либо 25 <...> суть в том, что он занимался до этого съёмкой и склейкой видео <...> после потери зрения он не оставил своё хобби и продолжил снимать <...>. Фильм рассказывает о жизни, в принципе, незрячего человека, как он из одного мира попадает в другой и как человек продолжил какое-то движение и почему-то меня это очень сильно вдохновило. Ну, я понял, что ограничения у нас только в голове. И, по-моему, в этом фильме, как раз-таки, есть такая фраза, что «ограничения у нас только в голове», вот. Постепенно, постепенно пошло какое-то желание двигаться, в принципе, всю жизнь я хотел заниматься каким-то бизнесом» (незрячий, 31 год).

Подобные примеры, существующие в медийном пространстве, могут служить, хоть и незначительным, но важным фактором информационной адаптации, показывающий не только самим незрячим, что жизнь при наличии нарушений зрения есть, но и как фактор, формирующий доступную социальную среду: чем больше людей будет информировано о существовании такой социальной группы, как люди с инвалидностью по зрению, тем проще будет людям с нарушениями зрения включаться в общество и занимать своё место в социуме.

В заключение можно говорить о разнообразии индивидуальных стратегий включения людей с инвалидностью по зрению, однако возможно выделять некоторые общие факторы, при совершенствовании которых возможно обеспечить лучшую адаптацию незрячих и слабовидящих в социуме. С точки зрения государственной политики требуется большее внимание к данной социальной проблеме, улучшение и проработка законодательной базы в отношении людей с инвалидностью. Одной из проблем, выявленных при исследовании незрячих и слабовидящих в Татарстане, является отсутствие диалога между властью и представителями интересов людей с инвалидностью. Опрошенные, работающие в ВОЗ в интервью упоминали это как проблему: в процессе создания инклюзивной среды, их мнение не учитывается и не опрашивается, а на всё сделанное Общество приглашается уже постфактум: для подписи. *«Делается много чего, но не всё так, как хотелось бы»* (слабовидящая, ок. 40 лет). Создание двусторонней коммуникации по вопросам людей с инвалидностью по зрению могло бы положить начало к действительному сдвигу социальной политики и изменения восприятия общества в сторону социальной концепции инвалидности.

Литература

1. Официальный сайт ВОЗ. – URL: <https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/blindness-and-visual-impairment> (дата обращения: 10.11.2022).
2. Официальный сайт ПРО Культура РФ. – URL: <https://pro.culture.ru/new/ratings/accessible?date=12.2022&population=more2m&type=accessibleEnvRegions&ysclid=Ih1vtf40wg266436487> (Дата обращения: 15.04.2023).
3. *Goffman E.S. Notes on the management of spoiled identity.* – N.Y.: PrenticeHall, 1963. – 168 p.
4. *Романов П.В., Ярская-Смирнова Е.Р.* Политика инвалидности: Социальное гражданство инвалидов в современной России. – Саратов: Научная книга, 2006. – 260 с.
5. *Тарасенко Е.А.* Социальная политика в области инвалидности: кросскультурный анализ и поиск оптимальной концепции для России // Журнал исследования социальной политики. – 2004. – № 1. – С. 7–28.

6. *Шабунова А.А.* Проблемы социальной консолидации: инвалиды в региональном сообществе: монография. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2014. – 134 с.
7. *Домбровская А.Ю.* Совершенствование методов социальной адаптации инвалидов в России // Известия ТулГУ. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. – № 2. – С. 107–116.
8. *Наберушкина Э.К.* Обзор социальных проблем инвалидности в контексте занятости, социальной политики и социальных дистанций // ЖИСП. – 2017. – № 2. – С. 333–340.

ПУТЬ К ЗДОРОВЬЮ ЧЕРЕЗ ИННОВАЦИИ: ВЗГЛЯД СТУДЕНТОВ НА ВНЕДРЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЗАНЯТИЯ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ

**Мельников Тигран Кириллович,
Афиногенова Ксения Михайловна,
Фатихова Рания Шамилевна,
Чугунова Елизавета Владимировна**

Казанский государственный медицинский университет, Казань, Россия

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы современного преподавания и усвоения студентами занятий физической культурой в российских высших учебных заведениях, рассмотрены возможные варианты их решения. Приведены результаты опроса среди студентов Казанского Государственного Медицинского Университета второго года обучения по специальности «Педиатрия». Также авторами статьи предложено усовершенствование формата занятий физкультурой путём интеграции классических уроков и современных технологий.

Ключевые слова: физическая культура, студенты, здоровье, спорт, информационные технологии, цифровизация, современные технологии, высокотехнологичные устройства.

Реалии жизнедеятельности студентов довольно специфичны: в современном мире приходится адаптироваться к быстро меняющимся условиям, учащиеся высших учебных заведений тратят гораздо больше времени и сил на подготовку к занятиям и изучение нового материала. Не исключением стали и студенты медицинских ВУЗов: зачастую обучающиеся, исследуя этиологию и терапию заболеваний, перестают обращать внимание на собственное здоровье.

Особое место в поддержании здоровья занимают регулярные физические нагрузки. В программе 2 курса педиатрического факультета Казанского Государственного Медицинского Университета для сохранения нормальных физиологических функций и анатомической целостности организма студента предусмотрено два академических часа занятий по физической культуре. На уроках студенты мужского пола занимаются преимущественно силовыми упражнениями, к которым относятся подтягивание, отжимания, упражнения со снарядами, а также бег. Студенткам же преподаются в большинстве аэробные нагрузки.

Из-за недостаточного количества занятий по физической культуре и практически полного отсутствия свободного времени для самостоятельных упражнений важно правильно организовать учебный процесс. При этом нужно учитывать индивидуальные предпочтения студентов при выборе определённой дисциплины по физической культуре.

Авторы настоящей статьи задались вопросом: каким образом можно усовершенствовать программу дисциплины «Физическая культура и спорт» в учреждениях высшего образования? Рассматривая возможные варианты, мы сошлись на едином мнении: для повышения интереса студентов, а также для упрощения преподавания дисциплины сотрудниками есть возможность использовать современные технологии на благо, другими словами, цифровизировать процесс обучения.

Казалось бы, нет ли противоречий между спортивной деятельностью и эксплуатацией гаджетов? Отнюдь: современные технологии неразрывно связаны с нашей повседневной де-

ятельностью. Люди давно приучились применять телефон, планшет, компьютер в отличных от основных задачах, предназначенных для этих устройств (вызов такси, заказ различных товаров и продуктов, навигатор и т. д.).

Выбор подобных устройств довольно большой. При физических нагрузках человеком могут использоваться такие гаджеты, как: смарт-часы (рис. 1), смарт-браслет (рис. 2 и рис. 3), умная скакалка (рис. 4), смарт-весы (рис. 5), а также устройства, которые пока что не получили широкого распространения: дополненной и виртуальной реальности (AR/VR) (рис. 6).



Рис. 1. Умные часы

Основная функция смарт-часов – это, безусловно, демонстрация времени на экране. Тем не менее, эти устройства способны считать пульс, измерять сатурацию кислорода в крови, считать энергию, потраченную в процессе выполнения физических упражнений, вычислять дистанцию бега и ходьбы, количество шагов, отображать на экране различные уведомления и многое другое.

Умные часы – один из фаворитов среди устройств, используемых людьми в спорте. Их можно эксплуатировать автономно, а также синхронизировать со смартфоном или планшетом владельца или преподавателя.



Рис. 2. Смарт-браслет без экрана



Рис. 3. Смарт-браслет с экраном

Умный браслет без дисплея необходимо эксплуатировать только с дополнительным устройством, например, телефоном. Также на телефоне должны быть установлены специальные приложения, к примеру «Здоровье».

Умный браслет, имеющий экран, возможно использовать независимо от дополнительных гаджетов: он может показывать содержание кислорода в крови, пульс и некоторые другие данные.



Рис. 4. Умная скакалка



Рис. 5. Смарт-весы

Умная скакалка отображает на собственном дисплее или экране смартфона количество совершенных прыжков, умные весы позволяют оценить вклад мышц, костей и жира в массу тела. Как правило, со смарт-скакалкой и весами используют телефон или планшет.



Рис. 6. Устройство виртуальной реальности

Виртуальная реальность способна симулировать для пользователя различные виды спорта, например, теннис.

Авторами данной статьи было проведено исследование, в ходе которого были выявлены интересы студентов, а также приняты во внимание их предложения по использованию высокотехнологичных устройств в образовательном процессе.

Цель исследования: изучить, как влияют занятия по физической культуре на здоровье студентов и предложить методы оптимизации учебного процесса с помощью цифровизации.

Объектами настоящего исследования выступили студенты второго курса педиатрического факультета Казанского ГМУ.

Среди задач исследования были следующие:

– выявить, меняется ли у студентов общее самочувствие после занятий физической культурой?

– выяснить, для какой цели студентам нужна физическая культура?

– выяснить, чем студентам нравится заниматься на уроках физической культуры?

– выяснить, используют ли студенты предлагаемый спортивный инвентарь на занятиях?

– выявить рекомендации целевой группы при организации занятий по физической культуре.

В ходе исследования были выдвинуты гипотезы:

– после занятий физической культурой студенты ощущают прилив сил и энергии.

– занятия по физической культуре студентам нужны для поддержания тонуса тела.

– студентам на занятиях физической культурой нравится заниматься аэробикой.

– студенты очень часто используют спортивный инвентарь на занятиях по физической культуре

– студенты хотели бы использовать высокотехнологичные устройства на занятиях физической культурой.

Объём настоящего исследования составил 60 человек, при этом возраст испытуемых – от 18 до 20 лет. При этом стоит отметить, что в опросе могли участвовать только те студенты, которые имеют доступ непосредственно к занятиям физической культуры в университете, а именно имеющие группу здоровья Д 1, Д 2 или Д 3, подтверждённую справкой из медицинского учреждения с печатью здравпункта ФГБОУ ВО «КГМУ» МЗ РФ.

При анализе данных опроса были получены следующие сведения:

Подтверждена гипотеза 1. На вопрос «Чувствуете ли вы прилив сил и энергии после занятий физической культурой» 64,2 % студентов ответили утвердительно. У 48,2 % от количества опрошенных студентов повышается настроение после занятий.

Гипотеза 3 подтвердилась, так как на вопрос «Для чего вам нужны занятия по физической культуре» 71,4 % опрошиваемых выбрали ответ «Поддержание здорового тела». На вопрос «Помогают ли вам занятия физической культурой поддерживать своё тело в тонусе?» 82,1 % ответили положительно.

Гипотеза 4 была опровергнута: на вопрос «Чем вам нравится заниматься на физической культуре?» 73,2 % студентов выбрали вариант «Растяжкой».

Не нашла подтверждения гипотеза № 7, так как 53,6 % на вопрос «Используете ли вы спортивный инвентарь на занятиях?» ответили отрицательно.

Подтвердилась гипотеза № 5: на вопрос «Используете ли вы собственные гаджеты (например, умные часы или браслет) на занятиях физической культурой?» 62,5 % выбрали ответ «Не имею, но использовал(а) бы кафедральный атрибут». Первое место в рейтинге высокотехнологичных устройств заняли умный браслет и умные часы – за эти варианты проголосовало 51,8 % и 46,4 % соответственно. На втором месте по популярности – умные наушники (28,6 %) и умная скакалка (21,4 %). Последнее место разделили очки виртуальной реальности (VR) – 17,9 % и устройства дополненной реальности (AR) – 12,5 %.

На основании опроса доказано, что в целом занятия физической культурой благотворно влияют на студентов. После уроков учащиеся чувствуют себя лучше или на том же уровне эмоционального и физического состояния. Занятия физической культурой удовлетворяют студентов, большинство из них находят в этом пользу для своего организма. Однако, как показывают результаты исследования, студенты не заинтересованы в использовании кафедрального инвентаря (штанги, снаряды, гантели и т. п.).

При этом учащиеся видят потенциал в эксплуатации высокотехнологичной техники. В особенности у студентов вызывают интерес смарт-часы, смарт-браслет и умные наушники.

Авторами настоящего исследования для сохранения и улучшения здоровья и общего впечатления студентов от занятий по дисциплине «Физическая культура», оптимизации учебного процесса предлагается приобретение дополнительного инвентаря (высокотехнологичные устройства – умные часы, браслеты, наушники, скакалки и некоторые другие) и реализация программы внедрения процессов цифровизации в учебный процесс студентов.

Литература

1. *Дугнист П.Я., Колпакова Е.М., Романова Е.В. Назаров О.О.* Роль и значение ГТО в современном обществе // *Здоровье человека, теория и методика физической культуры и спорта.* – 2015. – № 1. – С. 11–24.
2. *Оболонский А.В., Егорычева Е.В., Чернышёва И.В., Шлемова М.В.* Роль и значение физической культуры в жизни студенческой молодёжи // *Международный студенческий научный вестник.* – 2015. – № 5 (4). – С. 502–503.
3. *Храпкин М.Р.* Спортивная медицина // *Наука.* – 2020. – № 8 (44). – С. 158–162.

ПРОБЛЕМА ВЛИЯНИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ РЫНКА ТРУДА НА РОССИЙСКУЮ ПЕНСИОННУЮ СИСТЕМУ

Орещенкова Юлия Александровна

*Научно-исследовательский центр развития государственной пенсионной системы
и актуарно-статистического анализа, Москва, Россия*

Аннотация. Статья содержит исследование трансформации рынка труда. Автором проводится анализ структуры платформенной занятости, а также обозначаются вызовы цифровизации экономики для российской пенсионной системы.

Ключевые слова: рынок труда, пенсионная система, трудоспособное население.

В настоящее время, в условиях глобальной цифровизации всех экономических процессов крайне остро встает вопрос полной трансформации рынка труда. Трансформация происходит непросто в отношении непосредственно форм занятости, а пересматриваются сформированные годами фундаментальные основы занятости и мировоззренческие устои трудоспособного населения. Цифровизация экономики радикально изменит всю систему производственно-хозяйственных отношений на рынке труда между ее участниками – наемными работниками и работодателями [6, с. 251].

Если раньше работа дистанционно, с гибким графиком, фриланс воспринималась обществом как нечто несерьезное и могла рассматриваться только как подработка, то, в настоящее время, все больше людей выбирают новые формы занятости в качестве основной. Так, за период 2000–2021 гг. численность наемных работников снизилась на 8,2 млн человек с 51,2 млн человек до 43 млн человек. При том по данным обследования Росстат, в 2022 году дистанционно были заняты 1,9 млн человек, а численности работающих в платформенной занятости достигла 3,5 млн человек или 2,7 % и 4,9 % от численности занятого населения, соответственно.

Согласно данным Росстата по обследованию рабочей силы в 2022 году основной массив платформенной занятости – около 38 % – составляли 30–39-летние граждане (рис. 1), то есть тот возраст, который активно формирует свои пенсионные права. Доля молодого населения составляла лишь около 20 %.

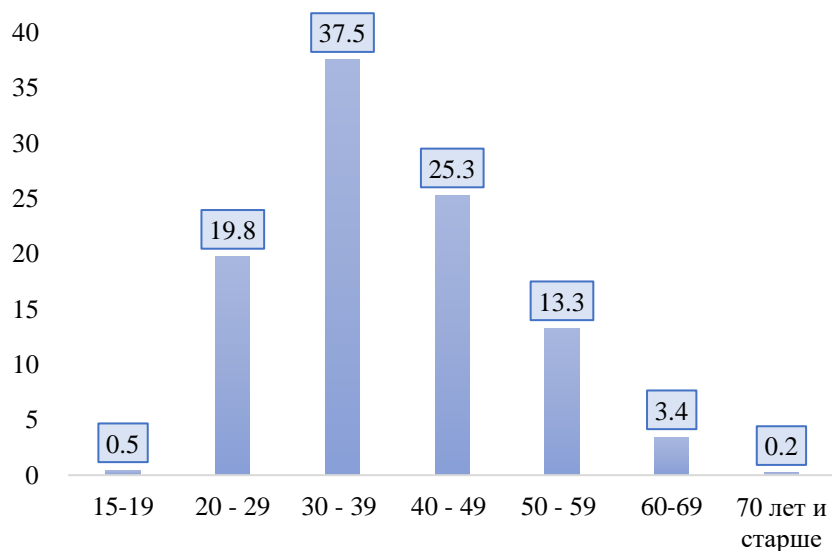


Рис. 1. Структура платформенной занятости по возрастным группам в 2022 году, в %

Источник: данные Росстата.

Кроме того, развитие платформенной занятости и введение налога по профессиональный доход привело к резкому росту численности самозанятого населения. Численность самозанятого населения, уплачивающего такой налог, по состоянию на март 2023 года достигла 7 млн человек.

Кроме того, с каждым годом появляются все новые виды и формы занятости, росту которых способствуют именно новые технологии. Сильным толчком для цифровизации рынка труда стала пандемия Covid-2019.

Как следствие, такая трансформация рынка труда влечет за собой необходимость пересмотра механизма формирования пенсионных прав граждан, которые были сформированы и прописаны еще до начала «эры IT-технологий».

Таким образом, можно выделить следующие вызовы цифровизации экономики для российской пенсионной системы:

- сокращение рабочих мест, вследствие роботизации,
- рост неформальной занятости;
- появление и увеличение новых форм нестандартных видом формальной занятости.

Важно отметить, что цифровизация необязательно ведет к росту теневой занятости и скрытой оплаты труда. Так, развитие платформенной занятости в России способствовало обелению бизнеса в отдельных сферах длительности. Например, до появления Uber и Яндекс. Такси в Москве работало 6 тысяч легальных таксистов, в настоящее время, благодаря развитию сервиса, в столице легальным частным извозом занимается 60 тыс. человек [1].

Кроме того, новые формы цифровой занятости могут играть демпфирующую роль в периоды экономической нестабильности для стабилизации рынка труда и численности безработных, как это было в 2020–2021 гг.

Цифровизации рынка труда также несет огромный потенциал для людей с ограниченными возможностями, тем самым должен повыситься уровень занятости среди населения, имеющего инвалидность.

Однако в современной системе обязательного пенсионного страхования фактически нет условий для формирования пенсионных прав работающими новыми форм занятости, либо их накопленные права будут ничтожно малы для назначения страховой пенсии.

Таким образом, цифровизация рынка труда оказывает влияние на систему обязательного пенсионного страхования как в части формирования доходов бюджета СФР, так и в отношении его расходных обязательств. В долгосрочной перспективе данный процесс может полностью разрушить не только параметрические, но и институциональные основы обязательного пенсионного и социального страхования.

Автоматизация и роботизация позволяет смягчить влияние процесса старения и восполнить нехватку рабочих рук во всех сферах хозяйственной деятельности. В то же время переход к цифровой экономике ведет к росту прекариатов [7] с переносом экономической ответственности работника с работодателя на самого работника [5], в том числе в части формирования пенсионных прав. Если в западных странах этот процесс цифровизации рынка труда шел постепенно, то в России с 2019 года он начал развиваться очень стремительно. Кроме того, пенсионные системы в развитых странах полностью или частично основаны на принципе личного участия работника в формировании его пенсионных прав, которое проявляется в уплате страховых взносов самим работником, развитием негосударственного обязательного (главным образом, профессионального) и добровольного пенсионного страхования. Характерная для российской пенсионной системы уравнивательность и низкий уровень пенсионных выплат не способствует расширению охвата прекариата обязательным пенсионным страхованием.

Пенсионная система в эпоху новой реальности – цифровой экономики – не должна оставаться статичной, а наоборот, должна быть гибкой и легко настраиваемой под индивидуальные запросы получателей пенсионных услуг. В то же время высокая дифференциация в доступности и информированности, в первую очередь, пожилого населения современными технологиями и программами требует проводить цифровизацию социальной сферы поэтапно и аккуратно. Пожилое население, в большей степени, является консервативным и не особо приемлет современные технологии по экономическими, моральным, идеологическим, физиологическим и прочим причинам.

В настоящее время требуется разработать специальные пенсионные схемы для samozанятого населения, прекариата и других работающих в новых форматах занятости, которые позволят им сделать самостоятельный выбор:

- уплата страховых взносов в объеме, достаточном для формирования минимальных пенсионных прав на страховую пенсию;
- уплата страховых взносов в большем размере, исходя из уровня дохода занятого, и позволяющего сформировать пенсионные права, сопоставимые с правами наемных работников.

В настоящее время после введения налога на профессиональный доход самозанятое население уплачивает страховые взносы только на добровольных началах.

В будущем под воздействием цифровизации будет происходить трансформация пенсионных систем, основанных на страховых принципах в сторону системы социальной помощи, где выплаты будут производиться в универсальном размере без привязки к размеру трудового дохода и наличия формализованных трудовых отношений. Соответственно, большее распространение получит концепции базового гарантированного дохода, выплачиваемого всем гражданами страны, популярность которой уже сейчас набирает обороты.

Пенсионная система в условиях трансформации рынка труда не сможет функционировать на страховых принципах, так как отсутствие официальных трудовых периодов – это отсутствие трудового стажа и индивидуальных пенсионных коэффициентов, а значит и отсутствие самих пенсионных прав у прекариатов. В системе обязательного пенсионного страхования смогут остаться лишь высококвалифицированные специалисты, труд которых невозможно автоматизировать. Пенсионное страхование в этих условиях может быть лишь добровольным, Государственные пенсионные обязательства будут реализовываться в виде социальной помощи гражданам.

Важно отметить, что в феврале 2021 года Правительством была утверждена Концепция цифровой и функциональной трансформации социальной сферы [3] (далее – Концепция), которая направлена на оптимизацию деятельности СФР и совершенствование процессов предоставления мер социальной поддержки на базе цифровых технологий.

Однако Концепция, главным образом, направлена на реинжиниринг процессов клиентского обслуживания, основной и обеспечивающей деятельности, модернизацию организационно-функциональной структуры организаций и развитие цифровых каналов оказания социальных услуг. Таким образом, Концепция охватывает только информационную составляющую цифровизации экономики.

Государственная программа «Цифровая экономика в Российской Федерации» [8] включает в себя направление «кадры и образование» и предусматривает разработку мер по стимулированию предпринимателей на создание новых рабочих мест и обучение сотрудников в соответствии с требованиями цифровой экономики. Однако в ней также не предусмотрено мер, адаптации системы пенсионного и социального страхования.

Таким образом, процесс цифровизации сильно затронул все сферы нашей жизни, в том числе стал новым вызовом для российской пенсионной системы. Задача органов власти сейчас – быстрая адаптация системы обязательного пенсионного страхования к трансформации рынка труда. При этом речь идет не только и не столько о развитии цифрового сервиса СФР, чему уделяется сейчас большое внимание, а о гибкости тарифной политики и пенсионных правил для застрахованных граждан.

Литература

1. *Генкин А.С.* Парадоксы и трансформация: рынок труда в цифровой экономике. Архангельск, 2018. – URL: <https://narfu.ru/upload/medialibrary/928/Genkin-A.-S.-Paradoksy-i-transformatsiya-rynok-truda-v-tsifrovoy-ekonomike.pdf> (дата обращения: 27.04.2023).
2. *Иванчина Ю.В.* Цифровизация социально-трудовых отношений в изменяющемся мире: сравнительно-правовой анализ // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. – 2020. – № 4 (24). – С. 192–213.
3. Распоряжение Правительства РФ от 20.02.2021 г. № 431-Р. «Об утверждении Концепции цифровой и функциональной трансформации социальной сферы». – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202103010045/> (дата обращения: 12.04.2023).
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат). – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 12.04.2023).

5. *Соловьев А.К.* Модернизация пенсионной системы в условиях цифровой экономики Моделирование развития социально-экономического потенциала территории в условиях современных вызовов: материалы международной научно-практической конференции (Улан-Удэ, 2018). – Улан-Удэ: Издательство Восточно-Сибирского университета технологий и управления, 2018. – С. 230–233.
6. *Соловьев А.К.* Повышение пенсионного возраста в условиях цифровой экономики: социальные и экономические последствия // Управление экономикой: методы, модели, технологии: материалы XVIII Международной научной конференции. – Уфа: РИК УГАТУ, 2018. – С. 250–252.
7. *Стэндинг Г.* Прекариат: новый опасный класс. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2011. – 48 с.
8. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28.07.2017 г. № 1632-р. «Утвердить прилагаемую программу "Цифровая экономика Российской Федерации"». – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201708030016/> (дата обращения: 27.04.2023).

ПРИМЕНЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ СОЦИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ПОВЫШЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ

**Ситдиков Ильгам Вернатович,
Хизбуллина Радмила Радиковна**

Казанский государственный энергетический университет, Казань, Россия

Аннотация. Реализация принципов социального маркетинга может оказать существенную помощь в области обеспечения безопасности и профилактики дорожного движения. Современный уровень развития информационных технологий открывает новые возможности для социального маркетинга, в том числе в сети «Интернет». В области обеспечения безопасности дорожного движения наиболее популярными и эффективными являются специальные пропагандистские ролики, учебные видеоматериалы, обучающие мероприятия и тренинги.

Ключевые слова: социальный маркетинг, безопасность дорожного движения, профилактика, дорожно-транспортное происшествие.

Аварийность – это проблема не только Российской Федерации. Данный вопрос был внесен в повестку 58-й сессии Генеральной Ассамблеи ООН, где было сделано заявление, что на данный момент мировое сообщество переживает «глобальный кризис в области обеспечения безопасности дорожного движения». Проблема безопасности дорожного движения сегодня встает в один ряд с важнейшими социально-экономическими проблемами. Каждый год в результате ДТП более 10 млн человек в мире погибают и получают ранения [1]. По данным ООН на дорогах мира гибнет 1,1 млн человек, еще около 40 млн людей получают травмы или становятся инвалидами. Дорожные происшествия и аварии наносят огромный ущерб здоровью населения. По прогнозам Всемирной организации здравоохранения к 2025 году травматизм в результате дорожных аварий может стать третьей основной причиной гибели или травм и станет серьезной угрозой для здоровья людей [2]. Кроме того, по данным ООН, дорожные аварии являются во всем мире второй по величине причиной смерти среди молодых людей в возрасте 24–29 лет и третьей причиной смерти людей в возрасте 30–45 лет.

В рамках государственной программы «Повышение безопасности дорожного движения в России» в течение 2005–2010 гг. созданы и показаны на Российском телевидении 11 рекламных специальных роликов, 5 мультипликационных фильмов, учебные видеофильмы «Установка на безопасность» и «Оказание первой помощи пострадавшим в ДТП» (эти фильмы были направлены во все субъекты Российской Федерации), подготовлены телерадиопро-

граммы «На дорогах России», «Место происшествия» (20 серий). Сегодня особое внимание уделяется проблеме предупреждения детского дорожно-транспортного травматизма [3]. Проблема безопасности дорожного движения включена в проекты образовательных стандартов начального общего образования, основного общего образования и среднего (полного) общего образования [4].

В настоящий период в России был разработан комплекс образовательных программ, необходимых для изучения выпускниками дошкольных и общеобразовательных учреждений, были утверждены компетенции, которыми должны обладать выпускники указанных учреждений. Для организации мероприятий по предупреждению и уменьшению количества дорожно-транспортных происшествий соответствующими органами проводятся специальные мероприятия и акции, наиболее эффективным является операция «Пешеход».

Органами пропаганды безопасности дорожного движения определены подразделения ГИБДД МВД РФ, автотранспортные учреждения, газеты, журналы, телевидение, соответствующие общественные объединения, а также школы, колледжи и университеты. Их работой является распространение знаний по вопросам обеспечения безопасности дорожного движения [5]. Для пропагандистских целей на данный момент используются средства массовой информации – интернет, телевидение, радио, реклама, особенно плакаты и билборды.

Уровень эффективности и динамика уменьшения количества дорожно-транспортных происшествий напрямую показывает эффективность работы ГИБДД. В рамках выполнения мероприятий п. 3.62 государственной целевой программы «Повышение безопасности дорожного движения в 2006–2012 годах» «Создание видео- и телевизионной информационно-пропагандистской продукции, организация тематической наружной социальной рекламы (баннеры, перетяжки), а также размещение материалов в средствах массовой информации, общественном транспорте, культурных учреждениях и т.д.» были созданы и поставлены в отделы ГИБДД и в образовательные учреждения специальные тематические материалы по пропаганде безопасности дорожного движения. Были размещены специальные рекламные баннеры и пр. [6].

В данной связи, реализация принципов социального маркетинга может оказать существенную помощь в области обеспечения безопасности и профилактики дорожного движения.

Понятие «социального маркетинга» впервые появилось во второй половине XX века и обозначало «планирование, выполнение программ, ставящих своей целью принятие какой-либо социальной задачи, целевой группой населения». Данный вид маркетинга часто связан с работой некоммерческих структур, ставящих собственной целью получение определенного социального эффекта (например, повышение уровня культурного образования).

Социальный маркетинг отличается от коммерческого своими целями и задачами, поскольку цель маркетинга в коммерческой сфере – получение и преувеличение прибыли, и данную задачу помогает выполнить маркетинговая стратегия, а социальный маркетинг это новая концепция социальной ответственности всех участников общества, где задача трансформации поведения общества к лучшему ради получения социальной гармонии в обществе ставится одной из основополагающих целей (рис. 1) [7].

Вопрос обеспечения безопасности дорожного движения не может быть разрешен без поддержки самых широких слоев населения. В данной связи, учет мнения общественности необходим в решении острых социальных проблем, в том числе, таких как профилактика дорожно-транспортных происшествий, повышения безопасности дорожного движения. Поэтому, при создании направлений пропагандистской работы по безопасности дорожного движения, необходимо организовывать данную работу среди различных слоев населения.

Для выполнения функций социального маркетинга важно быть учитывать специфику объекта, целевой аудитории. Также очень важна способность социального маркетинга привлечь внимание к проблеме, поскольку каждый день люди сталкиваются с большим количеством информации и привыкают игнорировать ее большую часть. Поскольку почти все население России являются участниками дорожного движения, то они автоматически становятся потенциальной аудиторией, с которой можно работать в рамках реализации мероприятий со-

циального маркетинга в сфере профилактики безопасности дорожного движения. Для эффективного использования методов социального маркетинга, необходимо разделить аудиторию на социально-демографические категории - водители, пешеходы, пассажиры, разного возраста – дети, молодежь, пенсионеры и др.



Рис. 1. Схема концепции социального маркетинга

Пропагандистско-разъяснительные мероприятия с целью уменьшения количества несчастных случаев на дорогах России должны вестись со всеми категориями населения на постоянной основе, начиная с уровня дошкольного образования, и должна быть направлена, в первую очередь, на предупреждение опасности несоблюдения правил безопасности дорожного движения.

Кроме того, пропагандистская работа в сфере дорожного движения должна нести установку на соблюдение правил дорожного движения, на знание обстановки, возможных причин возникновения дорожно-транспортных происшествий, на общее правосознание и понимание гражданами правил и законов.

В отношении участников дорожного движения должны быть использованы идеи социального равенства, защиты прав и интересов оказания помощи. Особенно важным является постоянное измерение и изучение общественного мнения населения о вопросах работы Госавтоинспекции, об уровне эффективности работы соответствующих органов, об общем состоянии дорожной обстановки.

Современный уровень развития информационных технологий открывает новые возможности для реализации мероприятий социального маркетинга в сфере профилактики безопасности дорожного движения, в том числе посредством дистанционных технологий. В области обеспечения безопасности дорожного движения могут быть популярны видеоролики, мотивирующие участников дорожного движения на соблюдение конкретных правил [8].

Основные задачи социального маркетинга по безопасности дорожного движения – довести информацию до участников дорожного движения о возможных причинах дорожно-транспортных происшествий, донесение сведений и информации об изменениях правил дорожного движения, а также пропаганда безопасного поведения на дорогах общего пользования. Во время проведения акций, профилактических мероприятий и реализации мероприятий социального маркетинга работники Госавтоинспекции придерживаются рекомендаций, отмеченных в резолюциях ООН. Особенно актуальными являются следующие факторы риска:

- неиспользование детских сидений и ремней безопасности;
- нахождение за рулем в нетрезвом состоянии;
- езда на мототранспорте без шлемов;
- превышение максимальной разрешенной скорости.

На территории Республики Татарстан ГБУ «Безопасность дорожного движения» посредством работы в социально-значимом направлении профилактики и предупреждения безопасности дорожного движения, в том числе посредством мероприятий в рамках социального маркетинга и мероприятий социального характера с целью формирования профессиональных компетенций водителей и пешеходов в сфере обеспечения безопасности и правового регулирования дорожного движения, кардинального сокращения количества детей, погибающих в результате дорожно-транспортных происшествий на территории республики осуществляет:

- системное взаимодействие с органами исполнительной власти районов и муниципальных образований, учреждениями здравоохранения, науки, образования и культуры, общественными организациями, молодежными профессиональными и творческими объединениями, средствами массовой информации по предупреждению аварийности и дорожно-транспортного травматизма.

- систематического мониторинга динамики дорожно-транспортной ситуации на дорогах Республики Татарстан, селекция характерных территориальных причин, обстоятельств, локализации и последствий дорожно-транспортных происшествий с пострадавшими и подготовка ежемесячных публичных информационных сообщений для районных СМИ, отделов образования, районных комиссий по безопасности дорожного движения.

- координацию и контроль взаимодействия территориальных подразделений профилактики ГБУ «Безопасность дорожного движения» с органами исполнительной власти, самоуправления, комиссиями по безопасности дорожного движения, СМИ и общественностью.

- вовлечение территориальных подразделений профилактики ГБУ «Безопасность дорожного движения» в разработку концепций и проектов целевых публичных акций и мероприятий, направленных на предупреждение потенциально опасных действий конкретных социальных и возрастных групп участников дорожного движения и другие мероприятия [9].

Таким образом, можно сказать, что социальный маркетинг является одним из самых эффективных инструментов пропаганды безопасности дорожного движения, однако его возможности на данном этапе задействованы не в полной мере. Необходимо улучшение и построение нормативной базы, создание специальных центров, увеличение бюджетов, использование всех возможностей и мероприятий социального маркетинга, а не только социальной рекламы в этой тематике. К сожалению, невозможно абсолютно точно определить эффективность социального маркетинга, т.к. его нельзя измерить посредством математических подсчетов результативности в отношении каждого гражданина – участник дорожного движения, однако, можно путем опросов общественного мнения понять динамику и статистику по данной теме, в целом и, в ряде случаев относительно разных категорий населения, посетивших мероприятия по профилактики безопасности дорожного движения.

Известно, что ГИБДД России является основным заказчиком мероприятий социального маркетинга в стране. Ежегодно создаются сотни специальных обучающих и учебных материалов в электронном и печатном виде, проводятся специальные мероприятия и акции по предупреждению дорожно-транспортных происшествий, уменьшению количества несчастных случаев на дорогах. В целом, мероприятия социального маркетинга могут способствовать увеличению уровня правосознания граждан в области безопасности дорожного движения.

Литература

1. Государственный доклад «О состоянии безопасности дорожного движения в Российской Федерации». – URL: <https://docs.cntd.ru/document/901873810> (дата обращения: 29.04.2023).
2. 17 ноября – Всемирный день памяти жертв дорожно-транспортных аварий. – URL: <https://pandia.ru/text/79/489/37747.php> (дата обращения: 19.04.2023).

3. Корсун Г.А. Основные направления профилактики дорожно-транспортного травматизма детей младшего школьного возраста в отечественной и зарубежной практике / Г.А. Корсун, С.В. Полякова // *Инновационная наука*. – 2016. – № 11-3. – С. 102–104.
4. О состоянии безопасности дорожного движения в Российской Федерации. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/902068002/titles/7DC0K6> (дата обращения: 20.04.2023).
5. Абдульязнов А.Р. Региональная модель Татарстана по обеспечению безопасности детского дорожно-транспортного травматизма. – URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/46682/1/klo_2017_159.pdf (дата обращения: 19.04.2023).
6. Закон Новгородской области от 8 сентября 2004 года № 316-ОЗ «О региональной программе «Повышение безопасности дорожного движения в области на 2004-2010 годы». – URL: <https://docs.cntd.ru/document/959003240> (дата обращения: 22.04.2023).
7. Бикеева М.В. Социальный маркетинг как механизм реализации корпоративной социальной ответственности в Европейском Союзе. – URL: <http://edrf.ru/article/21-04-17> (дата обращения: 30.04.2023).
8. Майоров В.И. Роль социальной рекламы в повышении безопасности дорожного движения / В.И. Майоров, П.В. Волошин // *Вестник Института законодательства и правовой информации Республики Казахстан*. – 2020. – № 2 (60). – С. 25–29.
9. Пропаганда безопасности дорожного движения / Государственное бюджетное учреждение «Безопасность дорожного движения» Республики Татарстан. – URL: <https://gbubdd.tatarstan.ru/propaganda-bezopasnosti-dorozhnogo-dvizheniya.htm> (дата обращения: 30.04.2023).

РЕПРЕЗЕНТАЦИИ РЕПРОДУКТИВНОГО ПРИНУЖДЕНИЯ В РЕГИОНАЛЬНЫХ МАСС МЕДИА: АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ДИСКУРСОВ

Фардиева Алия Шамилевна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Статья содержит анализ репродуктивного принуждения как феномена российского общества. В рамках статьи изучены ведущие дискурсы в рамках кейса темы прерывания беременности, которые рассматриваются в контексте трансляции официальной идеологии, то есть идеологии обязательного материнства.

Ключевые слова: репродуктивное поведение, материнство, прерывание беременности.

Репродуктивное принуждение как феномен российского общества проявляется исходя из конструируемых стандартов материнства, построенных на основе интересов государства, создавая так называемое обязательное материнство. Эта тема становится в особенности актуальной в российском контексте, в котором существует заметное противоречие между равенством и правом свободы выбора на законодательном уровне и наличием феномена обязательного материнства. Одним из путей конструирования дискурсов обязательного материнства в российском обществе являются СМИ. Развитие цифровых технологий приводит к появлению новых механизмов воздействия на женское тело, что значительно расширяет возможности применения репродуктивного принуждения по отношению к женщинам. В условиях цифровой трансформации репродуктивное принуждение оказывается возможным и в публичном Интернет-пространстве, тем самым занимая собой еще одну сферу жизни женщины.

В рамках данной работы будут изучены ведущие дискурсы в рамках кейса темы прерывания беременности, которые будут рассматриваться в контексте трансляции официальной идеологии, то есть идеологии обязательного материнства.

В качестве метода исследования был выбран дискурс-анализ, а именно качественный анализ Интернет-источников СМИ Республики Татарстан для того, чтобы определить нали-

чие воздействия репродуктивного принуждения посредством Интернет-пространства в контексте цифровых технологий. Критериями отбора Интернет-СМИ Республики Татарстан стали количество просмотров, посещения сайта, цитируемость источников. Так, эмпирическим материалом для данного исследования стали статьи из следующих Интернет-СМИ:

- Татар-Информ (Информационное агентство) [2];
- Бизнес-Онлайн (Business-gazeta.ru) [12];
- InKazan.ru [6];
- Татарстан-24 [8];
- Комсомольская правда (Казань) [9].

Исследование включало в себя два этапа. На первом этапе производился отбор необходимых статей по ключевым понятиям, включающих в себя тематику прерывания беременности. Было отобрано 15 статей. Стоит отметить, что некоторое количество статей касались одних и тех же новостных ситуаций, однако учитывалась подача и контекст материала для определения ведущих дискурсов. Тем не менее, во всех источниках были отобраны статьи, касающиеся темы репродуктивного выбора женщины, а именно прерывания беременности (изученного в рамках кейса). Это может говорить о том, что тема репродукции является одним из объектов интереса в СМИ.

Второй этап исследования включал в себя неформализованный дискурс-анализ статей, отобранных по необходимой тематике. Целью данного анализа стало выявление дискурсов, конструирующих феномен обязательного материнства в контексте отношения к прерыванию беременности.

Теоретической основой для анализа отобранных статей и выделения дискурсов, определяющих обязательное материнство стали идеи французского философа Мишеля Фуко [17]. Он писал о том, что тело в первую очередь является «политическим телом», тем самым служит неким оружием или средствами передачи коммуникации касательно отношений власти. Так, тело является сферой применения власти со стороны различных социальных институтов и государства в целом. Это проявляется в дисциплинировании, то есть создании подчиненных и управляемых тел, и биополитике, а именно контролю процессов воспроизводства, влияние на его рост и так далее. Зарубежный исследователь Дж. Батлер[1] также добавляет тезис о том, что пол в принципе воспринимается как воспроизводство общественных норм и практик, закрепленных в государстве. В связи с этим тело, вне зависимости от того, мужское или женское, становится объектом применения определённых политик и присвоения норм. Именно поэтому материнство превращается в одну из подобных практик, создавая дисциплинирующую систему и определяющую готовые роли и нормы, которым необходимо следовать.

Репродуктивность женщины иллюстрирует взаимосвязь дисциплинарных механизмов с биополитикой. Это отражается в том, что репродуктивность становится объектом дисциплины путем воздействия на само дело, в особенности в медицинском контексте, и в то же время тело женщины является объектом, с помощью которого происходит воспроизводство населения в государстве. Так развивается демография путем управления женским телом с помощью применения различных практик и регулирования механизмов, создающих систему рождаемости и др. В том случае, когда материнство перестает быть личным, производится дискурс, который неизбежно политизирует репродуктивность женщины. Таким образом, происходит возложение ответственности на женщину в связи с рождением ребёнка, поскольку это приобретает и социальную значимость. Соответственно, трансляция данного процесса осуществляется посредством средств массовой информации, поскольку репродуктивная функция женщины перестает существовать как нечто личное и включается в публичное пространство.

Анализ отобранных статей, опубликованных в Интернет-источниках СМИ Республики Татарстан, позволил выделить ключевые дискурсы, ведущиеся в публичном пространстве относительно темы прерывания беременности.

В первую очередь, стоит выделить **семейно-демографический дискурс**, который проявляется во многих статьях среди выбранных источников. Современную демографическую ситуацию в российском обществе характеризуют такие понятия, как демографический кризис/яма или неблагоприятная демографическая ситуация:

«По словам Певцова, в настоящее время в стране наблюдается «чудовищная» демографическая яма из-за того, что люди живут для себя и не заботятся о будущем своей страны. «Получается, мы столкнулись с тем, что идеология влияет на рождаемость. Мы остаемся без будущего», – подчеркнул он [10].

При этом демографическая проблематика подается как угроза нации, вымиранию. В связи с этим определяется основное направление проводимой социальной политики в государстве, а именно закрепление традиционных семейных ценностей, рождение и воспитание детей.

«Что идет вразрез с традиционными семейными ценностями и государственной политикой РФ», – подчеркнули авторы инициативы, уточнив, что пропаганда чайлдфри ведет «к деградации общественных институтов, вымыванию традиционных ценностных ориентиров, формирует обстоятельства для депопуляции населения [11].

Семейно-демографический дискурс позволяет использовать репродуктивность женщины и в национальных дискурсах, которые в свою очередь закрепляют материнство как основную функцию женщины. В рамках семейно-демографического дискурса можно выделить следующие типы дискурсов:

– дискурс «народ как сила» [18], который предполагает ответственность женщины за воспроизводство населения, при этом вина за демографические проблемы также накладываются на женское тело: *«предназначение женщины – рожать детей» [14].*

– евгенический дискурс, определяющий важность качества, а не количество в вопросах воспроизводства населения: *«Омбудсмен проводит социологическое исследование для выявления эффективности мер. Волынец при этом пишет, что она является экспертом в области демографии. «Нам очень важно ваше мнение, ведь от каждого из нас зависит наше общее будущее. Результаты помогут ещё более эффективно содействовать усилению государственной поддержки семей с детьми», – заявила она.*

Также в статьях, посвященных прерыванию беременности, привлекаются статистические данные для того, чтобы подтвердить наличие кризиса в семейно-демографической ситуации.

Можно говорить о том, что семейно-демографический дискурс поднимает две темы: во-первых, репродуктивные установки женщин, не соответствующие идеологии обязательного материнства, существующего в обществе, что требует пропаганды семейных ценностей для стимулирования рождаемости, во-вторых, проблемы в системе здравоохранения, государственной поддержки материнства и детства, которые нужно устранять.

Еще одним дискурсом, транслируемым в СМИ Республики Татарстан, является **медицинский дискурс**. Медицинские учреждения и медицина в целом являются институтом, которые могут нормализовать или наоборот патологизировать те или иные репродуктивные выборы и определённые сценарии материнства. Статьи, посвященные прерыванию беременности, могут включать в себя интервью с медицинскими работниками или может транслироваться врачебное мнение с целью повышения убедительности, поскольку доверие медицине в вопросах репродукции выше, нежели экспертам других областей. Стоит отметить тот факт, что чаще всего в роли экспертов выступают не рядовые врачи, а представители медицины, также выполняющие и административные функции или являющиеся чиновниками:

«О том, насколько проблема абортов актуальна для Татарстана, вашему корреспонденту рассказала заведующая Центром планирования семьи и репродукции РКБ Фирая Сабирова» [5].

«Россия занимает сегодня первое место в Европе по количеству абортов, – говорит автор законопроекта, депутат, врач-педиатр Антон Беляков» [15].

Также, можно сказать о том, что с точки зрения СМИ легитимностью обладает лишь государственная медицина:

«По ее словам [Елены Мизулиной], основная доля аборт производится в частных клиниках, а в этом случае женщина не может быть защищена от недобросовестных медицинских работников».

Транслируя «правильность» лишь государственной медицины, открывается возможность продвижения государственной идеологии через медицину. За счёт своих имеющихся компетенций, медицинские работники, врачи являются главными экспертами в вопросе репродукции. Женскую репродуктивную функцию при этом обозначают как исключительно медицинский феномен, что позволяет навязывать необходимые практики манипулирования. Врач получает возможность полного контроля, поскольку неповиновение ему воспринимается как отклонение от единственно верного курса, в то же время женщина оказывается лишена права самостоятельного выбора в отношении своего тела:

«Любое кесарево травмирует женщину. Оно противоестественно как для женщины, так и для ребенка. Но если есть показания, то мы без раздумий делаем КС» [14].

В данном отрывке можно наблюдать склонение к естественным родам практически во всех случаях, кроме единичных, в которых имеются строгие показания. При этом мнение врача не оспаривается. В статьях оперируют медицинскими терминами и фактами с целью продвижения официальной идеологии обязательного материнства, то есть отказа от абортов и рождения детей:

«Волынец обратила внимание, что женщины должны знать о вреде для организма при искусственном прерывании беременности. Она привела мнение некоторых медиков, которые пытаются рассказать о проблемах» [7].

Однако согласно Всемирной организации здравоохранения «Аборт является безопасной медицинской процедурой, если проводится персоналом, обладающим необходимой квалификацией, на основе использования рекомендованных ВОЗ методов, соответствующих сроку беременности» [16]. Несмотря на этот факт, СМИ продвигают лишь негативные стороны прерывания беременности в силу наличия феномена обязательного материнства. Так, можно говорить о том, что медицинский дискурс направлен на дисциплинирование репродуктивности женщины. Стоит также отметить, что семейно-демографический и медицинский дискурс являются взаимосвязанными, поскольку в статьях обозначенные дискурсы переплетаются, апеллируя друг на друга.

Религиозный дискурс – один из дискурсов, определяющих специфику продвижения репродуктивного принуждения через обязательное материнство в российском обществе. Привлечение религиозных сообществ, церкви к вопросам репродукции в статьях о прерывании беременности позволяют говорить об уровне влияния религии на сознание российского населения. Священники остаются авторитетом в вопросах воспроизводства населения, что подтверждается наличием как полноценных статей, транслирующих религиозный взгляд на прерывание беременности, так и включение в статьи интервью или цитат священников.

«Врачи и медперсонал, получающие государственную зарплату, не должны подталкивать будущих матерей к аборту, особенно исходя из соображений возраста, социального или материального положения. В тех случаях, когда есть угроза жизни или здоровью матери, ее необходимо доказать и проверить мнением нескольких врачей», – считает отец Всеволод» [3].

При этом стоит отметить, что в статьях можно заметить взаимосвязь между медицинским и религиозным дискурсом. Мнение медицинских работников, так называемых экспертов, в ряде случаев подкрепляется и точкой зрения религиозных служителей, несмотря на некоторую полярность данных сфер.

«По словам репродуктолога, прием таких серьезных препаратов не сравним с приемом таблетки от больной головы. Поэтому важно, чтобы женщина не постеснялась прийти к врачу и сказала, что не хочет продолжать аборт. «Как практикующий священник хочу добавить, около 80-и процентов женщин, которые проходят через священников, – это

женщины, которые обладают ярко выраженной душевной болью. И тем гвоздем в душе, который невозможно вылечить таблетками и психологической работой, является совесть», – настоятель Свято-Троицкого храма села Коцаково, председатель епархиальной комиссии по вопросам семьи и детства Татарстанской митрополии иерей Ярослав Петрущенко [4].

Так, в дискуссии о прерывании беременности были включены религиозные организации, влияющие на репродуктивный выбор женщины посредством упоминания религиозных догм. Уклон в религиозную веру и упоминание о греховности прерывания беременности является психологическим давлением на женщину.

Еще один дискурс, определяющий идеологию обязательного материнства – **романтический дискурс**. Дискурс построен на образе идеального материнства, провозглашающего позитивные аспекты и не упоминающего реальные практики и трудности, с которыми сталкиваются женщины.

«Истоки этой ужасающей ситуации находятся в недавнем прошлом. Именно в после-революционной России впервые в мире были разрешены аборты. Это решение, преподнесенное как торжество свободы, якобы принесшее женщинам возможность выбора жизненного пути, на деле лишило их права на полноценную семью и на данную Богом радость материнства», – отметил священник [3].

«По его мнению [заместитель главврача 5-й горбольницы Радиф Валиуллин], беременные без партнеров чувствуют себя незащищенными и брошенными и задача врачей и государства – дать таким женщинам уверенность, в том беременность и рождение детей — это большое счастье» [13].

Материнство представляется в репрезентации СМИ как «счастье» и «радость». То есть выполнение собственной репродуктивной функции позволяет женскому полу обрести счастье, к которому нужно стремиться. Идеология обязательного материнства производится таким образом, что женщина ощущает материнство не только как государственный «долг», но и личная потребность и желание, в связи с чем снижается ощущение принуждения через государственные структуры. Романтический дискурс направлен на укрепление позитивного образа материнства, положительного отношения к нему. Так, этот дискурс выполняет определенную функцию, направленную на идеологизацию женской репродукции, тем самым наделять его положительно эмоциональной окраской. То есть, происходит конструирование феномена обязательного материнства, которое предписывает, что рождение детей – это априори положительное явление, в то время как прерывание беременности патологизируется, тем самым вызывая противоположные – негативные значения.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в риторике Интернет-источников СМИ Республики Татарстан присутствует официальная идеология обязательного материнства. Она конструируется на положительных качествах материнства, на одобрении и поддержке рождения детей и крайне негативной оценке прерывания беременности, стимулирования снижения случаев её прерывания, что является примером принуждения женщин к определенному репродуктивному сценарию, закреплённому в рамках конструкта обязательного материнства. Так, трансляция темы обязательного материнства в Интернет-источниках СМИ подтверждает наличие воздействия непосредственно репродуктивного принуждения на женское население посредством цифровых технологий, которые в свою очередь подвергаются трансформации.

Литература

1. Батлер Дж. Гендерное беспокойство. Антология гендерных исследований / под ред. Е.И. Гаповой и А. Р. Усмановой. – Минск: ПроPILEI, 2000. – С. 297–346.
2. Информационное агентство «Татар-Информ». – URL: <https://www.tatar-inform.ru/> (дата обращения: 26.02.2023).
3. Информационное агентство «Татар-Информ». – URL: <https://www.tatar-inform.ru/news/rpts-prizyvaet-prinyat-deystvennye-mery-protiv-abortov> (дата обращения: 26.02.2023).

4. Информационное агентство «Татар-Информ». – URL: <https://www.tatar-inform.ru/news/tatarstan-territoriya-mnogodetnyx-semei-proekt-po-preryvaniyu-abortov-startoval-v-rt-5887777> (дата обращения 26.02.2023).
5. Информационное агентство «Татар-Информ». – URL: <https://www.tatar-inform.ru/news/sem-gaz-otmer-abort-ili-naaborot> (дата обращения 26.02.2023).
6. Новостной ресурс «InKazan». – URL: <https://inkazan.ru/> (дата обращения: 26.02.2023).
7. Новостной ресурс «InKazan». – URL: <https://inkazan.ru/news/2022-07-08/irina-volynets-zayavila-o-neobhodimosti-govorit-ob-abortah-1432581> (дата обращения: 26.02.2023).
8. Новостной ресурс «Татарстан-24». – URL: <https://tatarstan24.tv/> (дата обращения: 26.02.2023).
9. Общественно-политическая интернет-газета «Комсомольская правда». – URL: <https://www.kazan.kp.ru/> (дата обращения: 26.02.2023).
10. Общественно-политическая интернет-газета «БИЗНЕС Online». – URL: <https://www.business-gazeta.ru/news/551074> (дата обращения: 26.02.2023).
11. Общественно-политическая интернет-газета «БИЗНЕС Online». – URL: <https://www.business-gazeta.ru/news/585066> (дата обращения: 26.02.2023).
12. Общественно-политическая интернет-газета «БИЗНЕС Online». – URL: <https://www.business-gazeta.ru/> (дата обращения: 26.02.2023).
13. Общественно-политическая интернет-газета «БИЗНЕС Online». – URL: <https://www.business-gazeta.ru/news/586276> (дата обращения: 26.02.2023).
14. Общественно-политическая интернет-газета «Комсомольская правда». – URL: <https://www.gyazan.kp.ru/daily/27480/4736703/> (дата обращения: 26.02.2023).
15. Общественно-политическая интернет-газета «Комсомольская правда». – URL: <https://www.kp.ru/daily/25668/829473/> (дата обращения: 26.02.2023).
16. Официальный сайт «Всемирная организация здравоохранения». – URL: <https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/abortion> (дата обращения: 26.02.2023).
17. Фуко М. Нужно защищать общество: курс лекций, прочитанных в Коллеж де Франс в 1975–1976 учебном году. – СПб.: Наука, 2005. – 312 с.
18. Yuval-Davis N. Gender and nation. – London: Sage Publications, 1997. – 157 p.

КАДРОВЫЕ РЕСУРСЫ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ МОНОПРОМЫШЛЕННОГО ГОРОДА: ПО МАТЕРИАЛАМ ИССЛЕДОВАНИЯ

Юсупова Венера Шаукатовна

*Набережночелнинский государственный педагогический университет,
Набережные Челны, Россия*

Аннотация. В современных условиях, связанных с профилактикой массовых заболеваний (коронавирус, корь, туберкулез, ВИЧ и т.п.) и оказанием своевременной квалифицированной врачебной помощи, возрастает актуальность наличия соответствующих кадровых ресурсов системы здравоохранения. В этой ситуации моногорода подвержены риску, который связан с концентрацией населения в рамках одного промышленного предприятия, и нагрузкой на него социального бремени софинансирования социальных сфер города, в том числе и сферы здравоохранения.

Ключевые слова: моногород, монопредприятие, медицинское обслуживание, система здравоохранения моногорода, кадровые ресурсы.

В настоящее время обнажилось значительное количество проблем системы здравоохранения моногорода, которые рассмотрены на практическом примере – на примере города Набережные Челны. Используются методы анкетирования и экспертного опроса при анализе проблем кадрового обеспечения здравоохранения города в динамике, что позволило опреде-

лить нарастание или сокращение наметившихся проблем в системе здравоохранения моногорода. Кроме этого, статья написана с применением метода вторичного анализа данных.

Итак, становлению системы здравоохранения города Набережные Челны способствовали следующие факторы:

1. Монопрофильный характер городского строительства. Город изначально был спроектирован как крупный промышленный центр, город для строителей и работников завода КамАЗ. Инфраструктура, архитектура и общественные пространства города учитывали эту специфику, а экономика города формировалась вокруг градообразующего предприятия.

Так, структура промышленного потенциала моногорода Набережные Челны определяет преобладание населения рабочих профессий, относительно молодой средний возраст жителей, связанный с тем, что город был построен сравнительно недавно и основную массу первых жителей составляла молодежь, приехавшая на комсомольскую молодежную стройку в 70-х годах прошлого столетия. Большое количество наемных работников трудятся в ПАО КамАЗ, что подчеркивает специфику монопромышленного города, где значительная доля трудоспособного населения работают на градообразующем предприятии и на предприятиях, технологически связанных с градообразующим предприятием.

2. Система здравоохранения города формировалась, прежде всего, на базе объектов здравоохранения градообразующего предприятия, которые по настоящее время играют важную роль в сохранении и укреплении здоровья горожан.

Так, в соответствии с тенденциями последних десятилетий в городе стали наблюдаться процессы избавления крупными предприятиями от непрофильных активов. Например, городская больница № 5 Набережных Челнов была создана в 1980 г. как медсанчасть КамАЗа. В результате финансового оздоровления медицинское учреждение в формате городской больницы № 5, и отдельно выделившихся подразделений: поликлиника № 7 и стоматология № 3 – были отданы муниципальному образованию в систему городского здравоохранения. В настоящее время 5-я больница является крупнейшим учреждением здравоохранения города, в составе которого функционируют: многопрофильный стационар с 13 лечебными отделениями, 5 параклиническими и вспомогательными подразделениями, а также 2 поликлиники, включающие более 20 специализированных отделений.

В 2021 году 18 фельдшерских здравпунктов, были переданы «КамАЗом» клинике-санаторию «Набережные Челны».

В период с 2018–2022 гг. КамАЗом: произведен ремонт реанимационной палаты городской клинической больницы № 5, организована реализация программы «Здравпункт», осуществлена закупка медицинского оборудования и др.

3. Медико-профилактические мероприятия, проводимые в рамках охраны здоровья работников градообразующего предприятия в конечном итоге оказывают благоприятное влияние на сохранение здоровья населения всего города, а передача ряда медицинских учреждений завода в баланс города позволило существенно улучшить качество медицинского обслуживания населения.

На заводе организованы программы социального обеспечения и медицинского обслуживания. Так, с 2017 года на ПАО «КамАЗ» ежегодно принимается Программа «Охрана труда, промышленная безопасность и экология». На заводе двигателей ПАО «КамАЗ», Прессово-рамном заводе ПАО «КамАЗ», руководители совместно с профсоюзными организациями сохранили систему медицинского обслуживания работников, что позволило значительно сократить потери рабочего времени на посещение работниками поликлиник по месту жительства. Санаторно-курортное оздоровление работников реализуется через ведомственные санатории и профилактории, дома отдыха, профсоюзные здравницы.

Таким образом, монопредприятие ПАО «КамАЗ» инициировала создание инфраструктуры здравоохранения города как социальной сферы работников завода. Кроме этого, продолжает существенно влиять на финансовую сторону содержания медицинских учреждений путем организации социальных программ, передачи непрофильных активов в пользу города и всем ее жителям.

Вопрос кадрового обеспечения системы здравоохранения остается вне поля воздействия монопредприятия г. Набережные Челны. Т.к. данный вопрос не входит в компетенцию завода.

В результате горожане в качестве респондентов и медицинские работники, являющиеся экспертами в области медицины, определили следующий круг наметившихся проблем в системе обеспечения кадровыми ресурсами здравоохранения города:

- наличие необходимых медицинских работников в государственных медицинских учреждениях;
- перегрузка трудовыми обязанностями медицинских работников (вытекает из проблемы нехватки персонала);
- отток медицинских работников в систему платной медицины;
- практика, лишаящая возможности выбора врача;
- невозможность попасть к врачам узких специализаций;
- нехватка врачей при возникновении острой необходимости.

Охарактеризуем данные проблемы с помощью статистических данных с учетом динамики развития обозначенного фактора.

1. Дефицит необходимых медицинских работников в государственных медицинских учреждениях

Так, согласно данным анкетирования в 2008 году на данную проблему указали 48,6 % респондентов, то в 2019 году уже 54,4 % опрошенных. Это создает серьезные проблемы в оказании качественной медицинской помощи.

Экспертный опрос подтвердил наличие данной проблемы. Так, один из экспертов описал проблему нехватки медицинского персонала следующим образом: *«...нехватка врачей, особенно первичного звена, очень сильно отражается на качестве оказания медицинских услуг населению. К сожалению, проблема не только не уменьшается, но и становится системной».*

2. Перегрузка трудовыми обязанностями медицинских работников (вытекает из проблемы нехватки персонала).

Для характеристики проблемы используем метод вторичного анализа данных. Анализ статистических данных позволил прийти к выводу, что за последние 5 лет (2019–2022 гг.) намечилось сокращение численности врачей всех специальностей на 1,1 % (17 человек) и составило 4719 человек, а численность среднего медицинского персонала сократилась на 2,6 % (128 чел.) и составила 1557 чел. [1].

Нехватка медицинского персонала различного уровня ведет к снижению качества медицинского обслуживания населения и, кроме того, приводит к перегруженности в работе сотрудников медицинских учреждений. Так, обеспеченность врачами в муниципальных учреждениях здравоохранения Набережных Челнов составило 29,8 врача на 10000 населения, к примеру среднероссийский показатель равен 44,7 врача на 10000 населения. Нехватка врачебных кадров и среднего медицинского персонала отражается и в работе системы скорой медицинской помощи – в городе функционирует 30 ед. бригад «скорой помощи» при нормативных показателях не менее 33 ед. [2]. Все эти факты формируют загрузку имеющих специалистов сверх нормативных показателей.

Врачи муниципальных медицинских учреждений, принявшие участие в опросе в качестве экспертов, также подтверждают, что в поликлиниках моногорода существует большая нехватка врачей. Такая ситуация приводит к недовольству пациентов, в связи с большими очередями и долгим ожиданием приема.

В некоторых поликлиниках города дефицит врачебных кадров достигает 84 % – по словам экспертов: *«...вместо 30 врачей в поликлинике работает 5, у некоторых врачей 4–5 участков на обслуживании, нагрузка колоссальная!»*; *«...отсутствие узких специалистов в поликлиниках города»*; *«...нехватка врачей первичного звена (участковых педиатров)»*; *«...вот такая ситуация наблюдается во всех поликлиниках города Набережные Челны, в каких-то больше врачей не хватает, в каких-то меньше. В связи с этим участковым вра-*

чам сложно еще ходить по вызовам, так как обслуживают много людей на приеме, работают целый день, например, в первую половину дня один участок, во вторую половину – другой участок, соответственно ходить по вызовам времени не остается».

3. Отток медицинских работников в систему платной медицины.

На данную проблему указывают данные экспертного опроса. Один из экспертов заявляет: «...становление системы платной медицины в определенной степени повлияло на процесс нехватки персонала в государственных клиниках. Самые квалифицированные кадры перетекли в коммерческие клиники, оголяя и так недоукомплектованные муниципальные поликлиники».

При этом возникает вопрос доверия кадрам медицинских учреждений в системах государственной и частной медицины. Например, согласно данным анкетного опроса, каждый второй респондент (48,4 %) отмечает, что он доверяет только докторам, работающим в государственных (муниципальных) клиниках (19,2 %).

Объясняется такое поведение следующими практическими примерами: «...родственник долго лечился в платной поликлинике, результата не было, ...в государственной поликлинике лечат не хуже, просто там очереди, времени много уходит. А результат один и тот же. Зачем тратить деньги?» и др. По словам респондентов: «... в платных клиниках раскручивают пациента на большие деньги, назначая ненужные процедуры и анализы, ...врачи одни и те же, но в платной клинике заинтересованы чтобы пациент как можно дольше лечился» и др. (рис. 1).

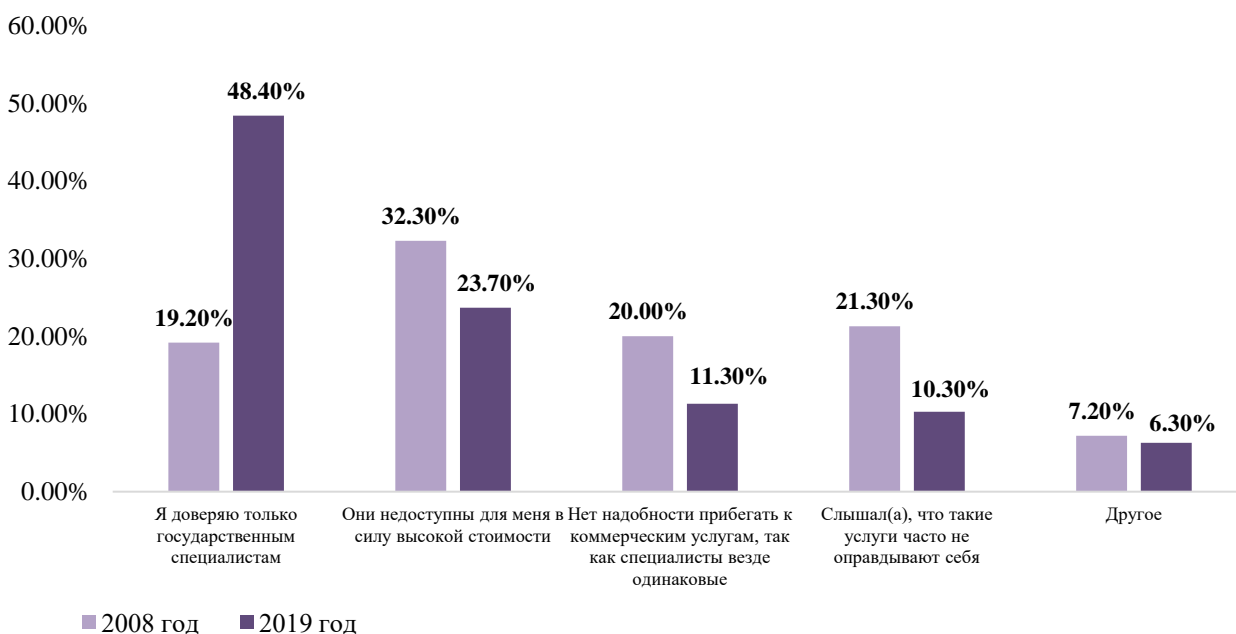


Рис. 2. Распределение ответов респондентов на вопрос: Если Вы не обращались в сферу платных медицинских услуг, то почему? (%)

4. Практика, лишаящая возможности выбора врача.

Несмотря на то, что правом гражданина является выбор лечащего врача, что закреплено законодательством РФ, на практике в условиях моногорода Набережные Челны, согласно данным опроса, такое невозможно реализовать в реальной практике. Это отмечает 21,0 % анкетированных по данным за 2008 г., и 21,5 % – за 2019 г. Респонденты подчеркивают такое положение вещей нехваткой специалистов.

5. Невозможность попасть к врачам узких специализаций.

Указанную проблему выделили респонденты в ходе анкетирования. Опрошенные подтвердили это с помощью следующих высказываний: «...долго ждал талон к гастроэнтерологу, и наконец-то дали. Но не на того доктора, которому я хотел идти, а на молоденького

вчерашнего выпускника вуза. Выбора не было...»; «полгода ждала очереди к гастроэнтерологу, пыталась до этого лечиться самостоятельно, но потом все равно пришлось пойти платно..., ... невозможно в поликлинике попасть к хорошему специалисту на прием» и др. Такая ситуация вынуждает обращаться к платным специалистам. Респонденты выделяют такие сферы, к которым, по их заявлению, затруднительно попасть: обследования (УЗИ, МРТ, РКТ и др.) – 42,6 %; помощь стоматологов (лечение зубов и протезирование) – 42,2 %; хирургическое вмешательство – 21,9 %; консультацию и лечение в платной клинике или посещение психотерапевта, или на санаторно-курортное лечение на коммерческой основе – 15 % опрошенных.



Рис. 3. Распределение ответов респондентов на вопрос: Какими видами платных медицинских услуг Вы пользовались? (%)

6. Нехватка врачей при возникновении острой необходимости.

Указанная проблема обнажила проблему нехватки врачей, которые не могут в полной мере гарантировать своевременность оказания медицинских услуг. Если в обычной ситуации данная проблема не является столь актуальной; пациенты используют методы самолечения, обращения в платные клиники и т.п., то в условиях пандемии такое практиковать стало невозможно. Поэтому проблема нехватки врачей обнажилась.

Так, согласно данным анкетного опроса, 12,0 % респондентов отметили, что было невозможно вызвать врача домой при высокой температуре, участникам опроса приходилось самим идти в поликлинику, предварительно приняв жаропонижающие препараты.

Эксперты, которые приняли участие в опросе, также выделили данную проблему. Они высказывали следующее: «Это еще одна сторона тотальной нехватки врачей в поликлиниках города. Во всех случаях, когда была возможность, врачи выезжали на вызова...»; «...не приспособлены к работе, дефицит кадров»; «...кадровый дефицит, недооснащенность квалифицированным персоналом»; «...низкий уровень укомплектованности специалистами, особенно первичного звена, (первичная врачебная, медико-санитарная помощь оказывается участковыми врачами-терапевтами. Участковыми врачами – педиатрами, врачами общей практики (семейными врачами))».

Итак, в работе приведены данные собственного социологического исследования. В группу исследовательских методов включены: 1. анкетирование (в динамике 2008 г.

и 2019 г.); 2. экспертный опрос (в динамике 2008 г. и 2019 г.); 3. метод вторичного анализа данных.

В результате применения указанных методов исследования выделены следующие проблемы в области кадрового обеспечения здравоохранения моногорода:

– дефицит необходимых медицинских работников в государственных медицинских учреждениях;

– перегрузка трудовыми обязанностями медицинских работников (вытекает из проблемы нехватки персонала);

– отток медицинских работников в систему платной медицины;

– практика, лишаящая возможности выбора врача;

– невозможность попасть к врачам узких специализаций;

– нехватка врачей при возникновении острой необходимости.

В качестве основного вывода можно отметить, что в основе все выявленных проблем лежит проблема нехватки квалифицированных кадров в г. Набережные Челны. Эта проблема превалирует над другими, поскольку она влечет за собой появление других. При этом, несмотря на то что в условиях моногорода промышленное предприятие влияет на социальную сферу и здравоохранение, проблему недостатка соответствующих кадров оно не решит. Этот вопрос касается сферы деятельности муниципальных властей.

Литература

1. Официальный сайт территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан. – URL: <https://tatstat.gks.ru/> (Дата обращения: 23.07.2022).
2. Стратегия социально-экономического развития муниципального образования город Набережные Челны до 2030 года. – URL: https://kpfu.ru/portal/docs/F_1500185514/chelny.no.pdf (дата обращения: 21.07.2022).
3. Ефлова М.Ю. Социальное исключение наркопотребителей: социологический анализ // Власть. – 2015. – № 3. – С. 112–116.
4. Ефлова М.Ю. Социальное исключение депривированных групп в современном обществе // Вестник экономики, права и социологии. – 2015. – № 1. – С. 190–194.

AGING PHENOMENON: CHANGES IN VALUES

Eryigitova Lobar Kadirovna

Termiz institute of engineering technology, Termiz, Uzbekistan

Abstract. This article deals with creative changes in attitudes to aging phenomenon and the impact of aging processes on the social life of society and the phenomenon of loneliness in aging, which is becoming global today.

Key words: creative attitude to aging, older generation, subjectivity, social professions.

In recent years, there has been an increasing trend of population aging worldwide. The main reason for this is the decreasing birth rate and increasing life expectancy among the population. In addition, in all countries, factors such as attention to the health of the population, growing indicators of well-being throughout life, and an increase in the retirement age are also influencing. Today, the growth of the elderly population in the world is 3 % per year on average, according to the results of UN population studies. In all countries, as determined in the last general population registration processes, people over 60 make up a quarter of the total number. According to the conclusions of the studied results, it is predicted that in 2050, the number of representatives of the elderly generation in almost all countries may make up more than a quarter of the total population.

In recent years, the problems of aging and subjectivity of the older generation have been in the focus of attention of scientists and are considered one of the topical issues under study. Also, researchers consider the elderly as individuals with great potential, and are intensifying research on the need to maintain their social connections, relationships, and vital activity during their aging. It is a process of great social importance that a person maintains the desires and needs of his youth or middle age even in old age. Aging is a struggle to maintain middle age, personal responsibility and accountability. Such a situation not only creates new needs in people, but also allows them to change their negative thoughts about old age to positive ones. In addition, in all societies, the problem of values of valuing the elderly, the age and ideas of the elderly play an important role in creating the psychological climate of the society, which ultimately affects the creation of favorable or unfavorable living conditions for the elderly. Another factor of the life activity of the elderly is that in modern post-industrial societies, it takes an important place not only in the labor activity of the elderly, but also in interpersonal relations. Accordingly, it is wrong to characterize the elderly by passport age. Today, the social and psychological criteria are considered important in the periodization of old age. Today, the life expectancy is classified as follows: the period of youth up to 45 years old, middle age from 45-59 years old, old age from 60-74 years old, and the period after 90 years old is considered the period of longevity 4. According to the scientific conclusions of modern psychology, it is difficult to determine the exact boundary of the period of aging. In the sociology of age, it is not based on the chronological age aspect, but on social expectations and cultural values. Scientists acknowledge that sociological criteria have been used and that a person uses his subjective potential to define a lifestyle and strategy for building his life, and life skills and values are formed in this process.

Aging is a difficult process. Usually we are used to describing it with chronological age. In fact, aging is an objective process and it is a reflection of the state's social policy on family and reproductive health. Moreover, this objective requires a radical adaptation from members of the society, which focuses on the study and elimination of problems related to intergenerational succession, new relationships, and social protection of the elderly. Therefore, problems related to loneliness in old age have become globalized as one of the social problems of the 21st century, which is also important as one of the main driving forces in the social structure of society.

The process of aging of the population brings to the agenda the demand for effective and efficient social policy in social services, health care system and pension provision system from all countries. For this reason, this process poses new challenges and opportunities that need to be solved for any society. Today, the elderly appear in society as a separate social group, a social category with its own rights and social experience. The elderly should be considered not as homogeneous groups, but as groups with their own rights and individual lives in the social and cultural context of society. Today, it is necessary to abandon the position of looking at the elderly as a dependent, poor and diseased group in need of social protection. Any just and democratic society must create a decent lifestyle for all its citizens, including the elderly. Therefore, great intellectual potential, life experience, knowledge and practical skills of the elderly play an important role in building a prosperous society that is convenient for everyone. Today, sociologists and demographers express the trends related to the increasing aging of the population using the terms "demographic autumn" and "demographic winter".

The process of increasing the number of elderly people in the population has spread beyond the borders of developed countries to the countries of Central and Southern Europe and the countries of the Asian part of the world. According to analytical analysis, if today's birth rate is maintained, by 2050 the birth rate will decrease by more than 70 million. The share of the elderly in the total population is increasing due to the decrease in the dynamics of birth from year to year. The percentage of people over 65 has grown by 25-35 % over the past 20 years. Until recently, the growing aging process was a social problem unique to some countries. Today it has become global. Changes in the age of aging require a new approach to solving this problem in developed countries. Because they have limited state resources in the fields of social payments,

healthcare, and education. According to the conclusions of demographers, by 2050, 80 % of the world's population over 65 years of age is expected to come from developing countries.

At the same time, China and India are predicted to be recognized as the two most populous countries with the largest number of elderly people: in 2025, China is expected to have 331 million elderly people. This is equal to the number of elderly people in all other developed countries. Currently, there are 222 million elderly people in India, and by the middle of the 21st century, 40 % of the world's elderly people will live in China and India, according to research conducted by demographers. A similar trend is observed in the increase in the age of old age; for example, in the countries of North America and Australia, a favorable positive demographic situation is emerging with the increase of the aging age, while in Eastern Europe and other developing countries, an unfavorable negative situation is emerging, which is manifested in the following: the dynamics of having children in each new generation is decreasing compared to that of the previous generation, labor problems are arising in its resources, spending on social protection of the country is increasing.

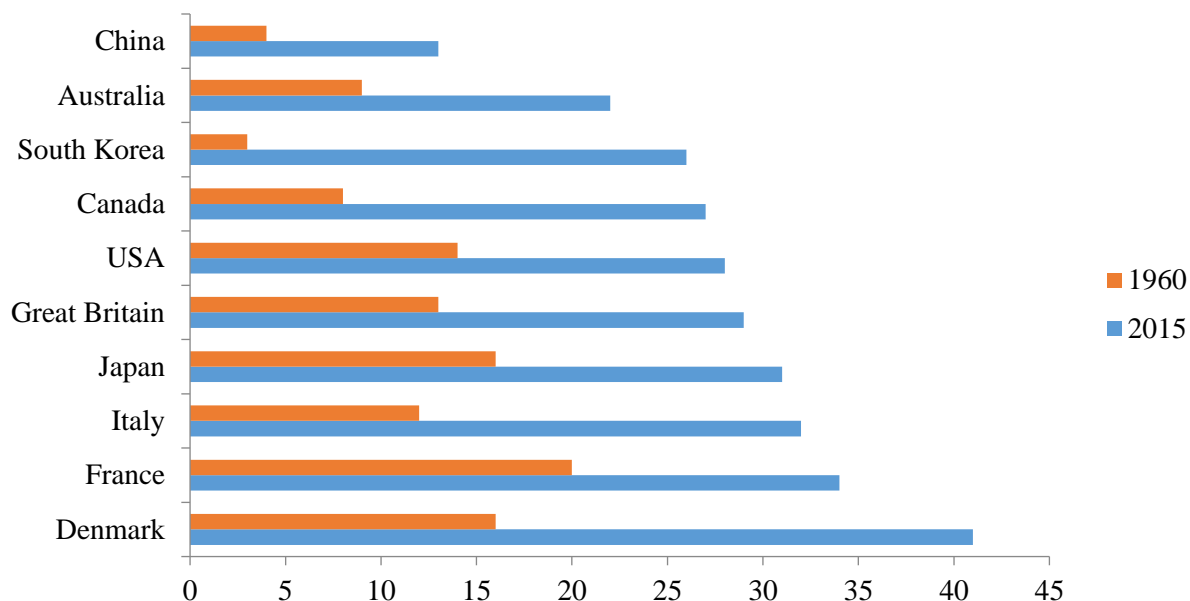
This has already begun to show its social consequences. For example, life expectancy in Angola is 42 years, and in Andorra it is 83 years. Of course, it is known that the level of general well-being in these countries depends on the progress of economic and social development. But the increase in life expectancy cannot stop aging. Most industrialized countries have long accepted 65 as the retirement age. Life expectancy is much higher than this age. Individual age has biological, psychological and sociological dimensions. This is related to many aspects of a person, such as different opportunities, ability to cope with competition in the labor market, income, health, moral and mental state. Generations born in the same period have many commonalities in aging processes. In industrialized countries, according to researchers, age 65 is considered the beginning of the end of human life, and age 60 is recognized as the beginning of old age. In 2000, it was found that 60-year-olds were 45 % more than 65-year-olds in the population of these countries.

In Europe, it was 38 %. Peter Laslett, a sociologist, has studied aging in developed countries. According to him, there are three and four stages of old age, and they are different from each other. For example, in the third stage, a person is in an active period of life without depending on anyone, and in the fourth stage, his dependence on others may increase and the previous activity may decrease. According to P.Laslett's researches, it was determined that every woman should have 3 children on average. In countries where the majority of the elderly population is 60 years old, the elderly make up 20 % of the population. If 30 % of the population is 60 years old or older, this is called the hyperaging process. It was found that the number of children in them is less compared to the elderly. A kind of pyramid-like structure can be seen in the change of world population over the past periods. This takes into account the dynamics of birth and growth.

According to US scientists, in 1950 only 5 % of the world's population were elderly, in 2000 it increased to 7 %, in 2025 it will be 10 %, and in 2050 it is predicted that it will be 16 %. This indicator can be different in different regions: in developed countries – 26 %, in developing countries – 15 %. This is due to declining fertility. It is observed that it is 31 % in Europe, 27 % in Europe, and 24 % in Eastern Europe. Globally, in 2050, the proportion of elderly people is expected to be one third of the population over 80 years of age. Considering that in 2000 it was one fifth of the entire population, this is a very high figure. Over the past 20 years, the number of elderly people has increased from 172 million to 334 million. In the next 25 years, the number of elderly people in developing countries is expected to increase from 246 million to –1.2 billion. Regarding the percentage of the elderly in the total population of the country, it was 41 % in 1950 among the 5 developed countries. It is expected to reach 90 % in 2050. France is expected to reach the "pioneer" level in terms of aging.

Aging is a demographic process, but it is a process that has significant consequences for social relations and social policy. It is clear that in the near future, changes in the attitude towards the elderly will begin to be reflected in the life of all societies. First of all, it affects the values of family values in relation to the older generation. Sudden changes in family transformation can also be considered as another factor affecting family values. According

to the research conducted, if between the 1960s and 2015, single-person families grew in most countries: South Korea and Denmark 24, France 18, Italy and Canada 20, Japan and Great Britain 15, USA and Australia 13, China increased by 10 times.



Pict. 1. Growth dynamics of single-person families

References

1. *Mills Ch.R.* Sotsiologicheskoe voobrazheniya. – M.: Nota bene, 2001. – 264 p.
2. *Sodikova Sh.M.* Current issues of sociology. Renesasns, Scientific Publication. – M.: Publishing House of the Moscow Humanitarian University, 2012. – 137 p.
3. *Sodikova Sh.M.* The role of the elderly in educating young people in the spirit of love and loyalty to the country. – Tashkent: “Yangi Avlod”, 2016. – 153 p.
4. *Sodikova Sh.M.* Family education. – Tashkent: “Spirituality” publishing house, 2019. – 421 p.
5. *Eryigitova L.Q.* The negative impact of family disputes on the development of society // Journal of public affairs and innovation. – 2022. – Volume 2. – Issue 1. – P. 25–32.

*Электронное научное издание
сетевого распространения*

**ЦИФРОВАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ И ЦИФРОВАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ
В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ СИСТЕМНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ:
ТЕХНОЛОГИИ РЕГУЛИРОВАНИЯ, РИСКИ, СЦЕНАРИИ**

**VI Международная конференция
«Казанские социологические чтения»**

Сборник научных трудов

Казань, 18–19 мая 2023 г.

**DIGITAL SOCIALIZATION AND DIGITAL COMPETENCE
IN THE CONDITIONS OF GLOBAL SYSTEMIC CHANGES:
REGULATION TECHNOLOGIES, RISKS, SCENARIOS**

**VI International Conference
“Kazan sociological readings”**

Collection of scientific papers

Kazan, May 18–19, 2023

Подписано к использованию 05.10.2023.
Гарнитура «Times New Roman».
Заказ 40/8.

Издательство Казанского университета

420008, г. Казань, ул. Профессора Нужи́на, 1/37
тел. (843) 206-52-14 (1704), 206-52-14 (1705)